

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Ekuitas Merek (X1) dan Citra Merek (X2) baik secara parsial maupun simultan, hasilnya bahwa memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y) pada Asuransi Mikro Si Jitu pada AXA Mandiri Jakarta Area Daan Mogot. Responden dalam penelitian ini berjumlah 120 nasabah AXA Mandiri yang menggunakan produk asuransi mikro Si Jitu. Hasil perhitungan nilai *adjusted R-Square* sebesar 0,189 atau sebesar 18,9% bahwa keeratan hubungan dari variabel independen pada variabel dependen masih sangat rendah korelasi antara variabel ekuitas merek dan citra merek secara bersama-sama mempengaruhi variabel loyalitas nasabah.

1. Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Nasabah.

Ekuitas merek (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) dengan nilai signifikansi dari variabel Ekuitas Merek (X1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai *t* hitung 3,465 > nilai *t* tabel 1,980 maka H_01 ditolak dan H_{a1} diterima menunjukkan bahwa ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Asuransi Mikro Si Jitu yang ada di AXA Mandiri Jakarta Area Daan Mogot. Hal ini menunjukkan bahwa ekuitas merek AXA Mandiri, yang tercermin dari *brand awareness*, *brand association*, *perceived quality*, dan *brand loyalty* yang tinggi, berhasil menciptakan nasabah yang loyal.

2. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Nasabah.

Citra merek (X2) juga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) dengan nilai signifikansi dari variabel Citra Merek (X2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai *t* hitung 2,609 > nilai *t* tabel 1,980 maka H_02 ditolak dan H_{a2} diterima menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Asuransi Mikro Si Jitu yang ada di AXA Mandiri Jakarta Area Daan Mogot. Ini

berarti citra positif AXA Mandiri, yang dibangun melalui kualitas produk, kualitas layanan, dan reputasi perusahaan yang baik, efektif dalam menjaga nasabah tetap setia menggunakan asuransi mikro Si Jitu.

3. Pengaruh Ekuitas Merek dan Citra Merek secara bersama-sama terhadap Loyalitas Nasabah

Ekuitas Merek (X1) dan Citra Merek (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) dengan nilai signifikansi untuk variabel ekuitas merek dan asosiasi merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah ialah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Fhitung $14,898 > F_{tabel} 3,07$. Hal tersebut menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Kombinasi kedua variabel ini menunjukkan bahwa AXA Mandiri perlu menerapkan strategi pemasaran yang terintegrasi untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Ekuitas merek yang kuat dan citra merek yang positif akan saling mendukung dalam menciptakan nasabah yang loyal terhadap produk asuransi mikro Si Jitu. Hasil perhitungan nilai *adjusted R-Square* sebesar 0,189 atau sebesar 18,9%

B. Saran

Berikut adalah saran-saran berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran sebagai berikut.

1. Dengan nilai mean sebesar 3.96. pada item pernyataan AXA Mandiri pada produk Si Jitu dapat cepat tanggap menanggapi keluhan nasabah Hal ini menunjukkan bahwa AXA Mandiri perlu meningkatkan kecepatan tanggap dalam menangani keluhan nasabah. Ini dapat dilakukan dengan menambah jumlah staf customer service, meningkatkan efisiensi proses penanganan keluhan, atau menyediakan saluran komunikasi yang lebih mudah diakses oleh nasabah.
2. Dengan nilai mean sebesar 3.94 pada item pernyataan Saya akan berkomitmen menggunakan asuransinya meskipun harga AXA Mandiri produk Si Jitu yang mahal dari produk asuransi mikro yang lain. Hal ini

menunjukkan bahwa AXA Mandiri perlu memberikan nilai tambah yang lebih jelas kepada nasabah agar mereka tetap loyal meskipun harga premi lebih mahal. Ini dapat dilakukan dengan menawarkan program *loyalty*, memberikan manfaat tambahan, atau meningkatkan kualitas layanan.

3. Dengan nilai mean sebesar 4.00 pada item pernyataan AXA Mandiri pada Si Jitu mengedepankan kenyamanan dan efektivitas pada nasabah. Oleh karena itu, dari AXA Mandiri perlu mengevaluasi dan meningkatkan proses pelayanan agar lebih nyaman dan efektif bagi nasabah. Hal ini dapat dilakukan dengan menyederhanakan proses administrasi, menyediakan layanan online yang lebih *user-friendly*, atau memperluas jaringan distribusi.
4. Dengan nilai mean sebesar 4.01 pada item pernyataan AXA Mandiri produk Si Jitu mampu memberikan kesan yang baik bagi nasabahnya. Oleh karena itu, dari AXA Mandiri perlu membangun citra merek yang lebih positif dan berkesan bagi nasabah. Ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas produk, memberikan layanan yang memuaskan, atau menjalankan program pemasaran yang lebih efektif.
5. Dengan nilai mean sebesar 3.94 pada item pernyataan Saya berencana untuk membeli produk Si Jitu dari AXA Mandiri kembali di masa depan Hal ini dari AXA Mandiri perlu meningkatkan retensi nasabah dengan memberikan pengalaman yang lebih memuaskan. Dengan demikian, dapat dilakukan dengan menawarkan program *loyalty*, memberikan layanan purna jual yang baik, atau menjalin komunikasi yang lebih personal dengan nasabah.
6. Dengan Nilai mean sebesar 3.93 pada item pernyataan Meskipun ada penawaran asuransi mikro yang menarik dari perusahaan lain, saya tetap memilih produk Si Jitu. Hal ini dari AXA Mandiri perlu memperkuat keunggulan kompetitif produk Si Jitu agar tetap menjadi pilihan utama nasabah. Ini dapat dilakukan dengan menawarkan harga premi yang lebih kompetitif, memberikan manfaat yang lebih lengkap, atau membangun hubungan yang lebih erat dengan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku Teks

- Aaker A. David (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama
- Alfiyanto, A., Rosdiana, Winarni, W., Dharma, S., Rusandy, D. S., & Hartono, W. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Selat Media Patners.
- Bharmawan, A. S., & Hanif, N. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Bailey, S., & Milligan, A. (2022). *On Branding : Dampak Digital Terhadap Merek*. Jakarta: Buhana Ilmu Populer
- Buchari Alma., (2016) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Budi, Triton Prawira. (2006). *SPSS13.0 Terapan; Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Danang Sunyoto, S. H. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS.
- Firmansyah, A., & Fatihudin, D. (2019). *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta, CV Budi Utama.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Jawa Timur: Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, S., Awalia, S., Sihombing, N., Hakim, I., & Juliana, J. (2022). *Pemasaran Jasa*. Jakarta, Pena Persada.
- Hardani, dkk (2020) *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu Grup
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

- Idrus, M. (2009). *Metode penelitian ilmu sosial Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Kadi, D. C. A. (2024). *Manajemen produk & merek*. Banjar: Ruang Karya Bersama.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2021). *Principles of Marketing 18e Global Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17e Global Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management 4th European Edition*. Singapore: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Misra, I., Wulandari, D., & Rahma, E. (2024). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Teori*. Yogyakarta: Penerbit K-Media.
- Mujib, F., & Saptiningsih, T. (2021). *School Merek: Strategi di era disruptif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rahmawati, E. D. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bantul: Pustaka Baru Press.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Jakarta: PrenadaMedia Group.
- Siregar, Syofian. (2019). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet
- Surya, E. D. (2021). *Manajemen Merek: Membangun & Mengembangkan Merek*. Medan, CV. Andalan Bintang Ghonim.

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wardhana, A. (2022). *Brand marketing: The art of Merek*. Bandung: Media Sains Indonesia

Zeithaml, V., Bitner, M. J., Gremler, D., & Mende, M. (2024). *Services Marketing: Integrating Customer Service Across the Firm 8th*. New York: McGraw Hill LLC.

B. Jurnal

Aini, I. N. K., Marlien, R. A., & Riva'i, A. R. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Konsumen, dan Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen KFC di Kota Semarang)*. Jurnal Mirai Management, 7(2), 263–276.

Amin, L. S. A. (2023). *Pengaruh Loyalitas Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Produk Winmilk di Kota Cimahi, Indonesia*. International Journal Administration, Business & Organization, 4(1), 63–74.

Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). *Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian*. Pilar, 14(1), 15-31.

Andhika, A. (2021). *Pengaruh Kepuasan Nasabah, Ekuitas Merek, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Journal of Syntax Literate, 69(12).

Anggarawati, I. R. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Tirta Marta Yogyakarta*. Jurnal Indonesia Sosial Sains, 2(01), 40–49.

Apriliani, R. A. E. (2019). *Pengaruh Brand Trust, Brand Equity dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Wonosobo)*. Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ, 6(2), 112-121.

Balqis, P., & Nurdin, A. (2023). *Pemahaman Masyarakat Pedesaan Terhadap Manfaat Asuransi Kesehatan Di Indonesia*. Teewan Journal Solutions, 1(1), 14–18.

- Cahyani, I., & Praputra, G. (2023). *Bauran Pemasaran Pempek pada Resto Meicu Kota Palembang Sumatera Selatan*. SEMNASTERA (Seminar Nasional Teknologi Dan Riset Terapan), 5, 181–194.
- Dirnaeni, D., Handrijaningsih, L., TR, S. M., & Anisah, A. (2021). *Persepsi Kemudahan, Customer Relationship Management Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Melalui*. Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen, 13(2), 287–303.
- Faizal, H., & Nurjanah, S. (2019). *Pengaruh Persepsi Kualitas dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Antara*. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(2), 307–316.
- Febrianti, D., & Syahwildan, M. (2024). *Strategi Meningkatkan Penggunaan Jasa Asuransi Yang Dilindungi Oleh Hukum Dalam Pengawasan OJK*. WANARGI: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, 1(4), 341–349.
- Hakim, B. N., & Purwoko, B. (2019). *Strategi Pengembangan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Ekuitas Merek dan Citra Merek*. EKOBISMAN: Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen, 3(3), 263-276.
- Liesay, A. M., & Iskandar, D. A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Mie Instan Indomie di Jakarta Utara*. KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi, 8(4), 4540–4547.
- Madjidu, A., Usu, I., & Yakup, Y. (2022). *Analisis Lingkungan Kerja, Budaya Organisasi Dan Semangat Kerja Dan Pengaruhnya Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai*. Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah), 5(1), 444–462.
- Mashuri, M. (2020). *Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam*. IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, 9(1), 54–64.
- Muhajirin, M. (2020). *Pengaruh Ekuitas Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Laptop Acer (Studi Kasus Pada Toko Johan Foto & Komputer Kota Bima)*. Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen, 4(1)
- Nurhayaty, M. (2022). *Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) 7p di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis*. Jurnal Media Teknologi, 8(2), 119–127.

- Pai, F. S., Mandey, S. L., & Tawas, H. N. (2023). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Kasus di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Istiqlal Manado)*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(02), 227–239.
- Pramayswara, M. R. A. D. (2021). *Pengaruh Ekuitas Merek Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Obat Mixagrip*. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 6(4), 370-379.
- Putra, Rizki Eka. *Pengaruh Brand Trust, Brand Equity, Dan Brand Image Minyak Goreng Filma Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Pt. Xyz Surabaya*. Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi 4.1 (2024): 21-31.
- Puspa, S. D., Riyono, J., & Puspitasari, F. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemahaman Konsep Matematis Mahasiswa dalam Pembelajaran Jarak Jauh Pada Masa Pandemi Covid-19*. *Jurnal Cendekia: Jurnal Pendidikan Matematika*, 5(1), 302-320.
- Salsabila, A. F., & Utomo, S. B. (2023). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Celebrity Endorser Terhadap Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(5).
- Sulihandini, A., & Wicaksono, A. C. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *BEMJ: Business, Entrepreneurship, and Management Journal*, 1(2), 67–78.
- Wicaksana, T. A., Suharyono, S., & Hidayat, K. (2018). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pengguna Sepeda Motor Merek Honda Beat di Sarana Kartika Motor Kabupaten Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 63(8).

Peraturan Perundang-undangan

- Peraturan Perundang-undang, Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/37599/uu-no-15-tahun-2001>
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 23/POJK.05/2015 tentang Produk Asuransi dan Pemasaran Produk Asuransi. <https://ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/POJK-tentang-Produk-Asuransi-dan-Pemasaran-Produk-Asuransi/pojk%2023-2015.pdf>

Situs Internet

- Badan Pusat Statistik. 2024, September 14, . Jumlah Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Penunjang Asuransi, 2021-2023. *Retrieved from* bps.go.id: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTA4MCMY/jumlah-perusahaan-asuransi-dan-perusahaan-penunjang-asuransi.html>
- Majalah Marketing Indonesia & Frontier Consulting Group. 2024, September 15. Top Brand Index Kategori Asuransi Jiwa. Tahun 2023. *Retrieved from* topbrand-award.com: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2023&tbi_index=top-brand&category=banking-dan-finance
- Statista. 2024, September 28. Number of persons covered by microinsurance in Indonesia from 2014 to 2021. *Retrieved from* statista.com: <https://www.statista.com/statistics/1012898/indonesia-persons-covered-by-microinsurance/>



POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

MATRIKS PENGEMBANGAN INSTRUMEN PENELITIAN

POKOK PERMASALAHAN	VARIABEL PENELITIAN	INDIKATOR-INDIKATOR VARIABEL PENELITIAN	SUMBER DATA	INSTRUMEN
1. Bagaimana pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas nasabah asuransi mikro Si Jitu pada AXA Mandiri Jakarta Area Daan Mogot?	Ekuitas Merek (Variabel X1)	1. Kesadaran Merek (<i>Brand awareness</i>). 2. Persepsi Kualitas (<i>Perceived quality</i>). 3. Asosiasi Merek (<i>Brand association</i>). 4. Loyalitas Merek (<i>Brand loyalty</i>).	1. Penelaahan Dokumen 2. Responden	1. Pedoman telaah dokumen 2. Kuesioner tertutup
2. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap loyalitas nasabah asuransi mikro Si Jitu pada AXA Mandiri Jakarta Area Daan Mogot?	Citra Merek (Variabel X2)	1. Citra Pembuat (<i>Corporate Image</i>). 2. Citra Pemakai (<i>User Image</i>). 3. Citra Produk (<i>Product Image</i>).	1. Penelaahan Dokumen 2. Responden	1. Pedoman telaah dokumen 2. Kuesioner tertutup

Dilanjutkan ke halaman 89

Lanjutan dari halaman 88

3. Bagaimana pengaruh ekuitas merek dan citra merek secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah asuransi mikro Si Jitu pada AXA Mandiri Jakarta Area Daan Mogot?	Loyalitas Nasabah (Variabel Y)	1. Kesetiaan dalam pembelian produk (<i>Repeat Purchase</i>). 2. Ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan (<i>Retention</i>). 3. Mereferensikan secara total eksistensi perusahaan (<i>Referalls</i>).	1. Penelaahan Dokumen 2. Responden	1. Pedoman telaah dokumen 2. Kuesioner tertutup
---	--------------------------------	---	---	--

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabulasi Data 30 Responden Variabel Ekuitas Merek (X1)
- Lampiran 3 Tabulasi Data 30 Responden Variabel Citra Merek (X2)
- Lampiran 4 Tabulasi Data 30 Responden Variabel Loyalitas Nasabah (Y)
- Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Ekuitas Merek (X1)
- Lampiran 6 Tabulasi Data Variabel Citra Merek (X2)
- Lampiran 7 Tabulasi Data Variabel Loyalitas Nasabah (Y)
- Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Ekuitas Merek (X1)
- Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X2)
- Lampiran 10 Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y)
- Lampiran 11 Hasil Uji Reliabilitas 30 Sampel Kecil
- Lampiran 12 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Ekuitas Merek (X1)
- Lampiran 13 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek (X2)
- Lampiran 14 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Nasabah (Y)
- Lampiran 15 Hasil Uji Normalitas Monte Carlo
- Lampiran 16 Hasil Uji Normalitas P-Plot
- Lampiran 17 Hasil Uji Multikolinieritas
- Lampiran 18 Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 19 Hasil Uji Autokorelasi
- Lampiran 20 Hasil Regresi Linier Berganda dan Hasil Uji T
- Lampiran 21 Hasil Uji F
- Lampiran 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi Ekuitas Merek (X1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)
- Lampiran 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi Citra Merek (X2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)
- Lampiran 24 Hasil Uji Koefisien Determinasi Ekuitas Merek (X1) dan Citra Merek (X2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)
- Lampiran 25 *QR Code* Google Form Kuesioner
- Lampiran 26 Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 27 Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 28 Brosur Asuransi Mandiri Mikro Jiwa Terlindungi (Si Jitu), AXA Mandiri
- Lampiran 29 Hasil Uji Similiarity Turnitin