

DAFTAR PUSTAKA

- Abu al Husain Muslim bin Hajjaj al Qusyairi al Naisaburi, *Shahih Muslim*, Kairo: Isa al baabi al khalabi, t.t
- Afifudin dan Ahmad Saebani, Beni, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia, 2012
- Ali, Hasan, *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam Suatu tinjauan Analisis Historis, Teoritis, Dan Praktis*, Jakarta: Kencana, 2004
- Amrin, Abdullah, *Asuransi Syariah*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006
- _____, *Strategi Menjual Asuransi Syariah Memahami Prinsip-prinsip dan Etika Asuransi Syariah*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rineka Putra, Cet. Ketujuh, 1991,
- Budisantoso, Totok dan Triandaru, Sigit, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, edisi 2, Jakarta: Salemba Empat, 2006
- Bungin, M. Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2005
- Damos O.V.Y Sihombing(Ed), *Kamus Lengkap Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 1994
- Departemen Agama RI, *Alqu'an dan Terjemahnya*, Surabaya: UD. Mekar Surabaya, 2000
- Dhien Adi Zakariya, "Penerapan *Syariah Marketing* Dan Pengaruhnya Terhadap Citra Lembaga Leasing Syariah Cabang Semarang". Skripsi Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang, 2011
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 10/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Wakalah
- Fauzi, Muchamad, *Metode Penelitian Kuantitatif sebuah pengantar*, Semarang: Walisongo Press, 2009
- Gunara, Thorik dan Sudiby, Utus Hardiono, *Markeitng Muhammad Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad saw.*, Bandung: Madani Prima, 2008
- Hasan, Ali, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010
- Herry Aslam Wahid, Studi Analisis *Pemikiran* Muhammad Syakir Sula Tentang Model Spiritual Marketing Dan Implementasinya Dalam Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang),Skripsi Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang, 2011

- Jumantoro, Totok dan Amin, Samsul Munir, *Kamus Ilmu Ushul Fikih*, Jakarta: Sinar Grafika Offset, Cet. Pertama, 2005
- Kertajaya, Hermawan dan Syakir Sula, Muhammad, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka, 2006
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, *Dasar-dasar Pemasaran (Principles of Marketing)*, Jilid 1, Jakarta: PT Prenhallindo, 1997
- Kotler, Philip dan Susanto, A.B., *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat, 1999
- _____, *Manajemen Pemasaran di Indonesia Buku 2*, Jakarta: Salemba Empat, 2001
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, Jakarta: Prenhallindo, 2002
- Lamb, Jr, Charles W. dkk, *Pemasaran (Marketing)*, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat, 2001
- Laporan Tahunan Asuransi Takaful Umum Tahun 2010
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009
- Muhammad bin Ali bin Muhammad Syaekani, *Nayl Al-Authar*, Juz 5, Beirut: Dar al-Kotob al-Islamiyah, t.t
- Muhammad bin Ismail Al Kahlani, *Subulus Salam*, Semarang: Toha Putra, t.t
- Nazir, Moh., *Metode penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, cet.keenam, 2005
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, Cet. Ke-13, 2011
- Sumarni, Murti, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002, cet. Pertama
- Suryabrata, Sumadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997
- Syaikh al-'Allamah Muhammad bin 'Abdurrahman ad-Dimasyqi, *Rahmah al-Ummah fi Ikhtilaf al-A'immah*, Diterjemahkan Abdullah Zaki Alkaf, "*Fiqh Empat Mahzab*", Bandung: Hasyimi, Cet. Ketigabelas, 2010
- Syakir Sula , Muhammmad, *Asuransi Syariah (Life And General): Konsep Dan Sistem Operasional*, Jakarta: Gema Insani Press, 2004
- Triana Setiyarini, "Pemasaran *Spiritual* Sebagai Strategi Memenangkan Persaingan Melalui Komunitas *Spiritual*", *Jurnal Studi Manajemen – Vol.3*, Oktober 2009

Wardi Muslich, Ahmad , *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah, Cet. 1, 2010

Winarno, Sigit dan Ismaya, Sujana, *Kamus Perbankan*, Bandung: Pustaka Grafika, cet.ke-1, 2006

Media Internet:

www.alumniits.com

www.inilah.com

www.republika.com

www.takaful.com

Lampiran 1

Pedoman Wawancara Kepada Informan

Di PT. Asuransi Takaful Umum Kantor Perwakilan Purwokerto

Pertanyaan Wawancara:

Kepada Kepala PT. Asuransi Takaful Umum Kantor Perwakilan Purwokerto

1. Sejak kapan penerapan *syariah marketing* ini diterapkan di Asuransi Takaful Umum Kantor Perwakilan Purwokerto?
2. Bagaimana penerapan *syariah marketing* di Asuransi Takaful Umum Kantor Perwakilan Purwokerto? (penerapan di perusahaan dan penerapan dalam proses pemasarannya)
3. Apakah ada manfaat dari penerapan *syariah marketing* ini? Dan apa saja manfaat dari penerapan *syariah marketing* ini untuk perusahaan?
4. Apakah dalam setiap periode nya bapak menargetkan pendapatan premi untuk Asuransi Takaful Umum Kantor Perwakilan Purwokerto ini?
5. Apakah terget tersebut sudah tercapai di akhir periode tahun 2012 kemarin?
6. Bagaimana cara PT. Asuransi Takaful Umum Kantor Perwailkan Purwokerto melakukan *segmentasi, positioning* untuk meraih target market tersebut? (*target market*)
7. Bagaimana cara PT. Asuransi Takaful Umum ini dalam mengemas produk-produknya agar berbeda (mempunyai ciri khas) dengan produk-produk perusahaan asuransi syariah lain?
8. Dalam perusahaan asuransi syariah, sudah pasti diferensiasi yang terbentuk adalah dari *content* prinsip-prinsip syariah, bagaimana cara perusahaan menciptakan diferensiasi dari perusahaan asuransi syariah lain?
9. Bagaimana cara PT Asuransi Takaful Umum ini untuk menjaga kualitas dari produk asuransi agar sesuai dengan yang di tawarkan?
10. Apakah dalam menetapkan premi, PT Asuransi Takaful Umum ini telah mengutamakan nilai kejujuran dan keadilan, sesuai dengan prinsip syariah? (seperti ini lho pak, klaim yang di dapat tergantung dari premi yang di setorkan) tolong jelaskan ya pak, saya belum paham mengenai hal itu.
11. Bagaimana promosi yang dilakukan PT Asuransi Takaful Umum yang berlandaskan syariah sudah menggambarkan secara riil apa yang ditawarkan dari produk-produk atau servis-servis dari PT Asuransi Takaful Umum ini?
12. Dalam menentukan places atau saluran distribusi, PT Asuransi Takaful Umum ini telah mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market?

13. Dalam melakukan selling, perusahaan tidak hanya menyampaikan fitur-fitur dari produk dan jasa yang ditawarkan saja, melainkan juga keuntungan dan bahkan solusi dari produk atau jasa tersebut, agar konsumen akan semakin loyal terhadap perusahaan itu. Bagaimana cara PT Asuransi Takaful Umum melakukan hal ini pak?
14. Bagaimana perusahaan menyeleksi satu dari beberapa pendekatan prospekting yang cocok dengan target pasarnya?
15. Menurut bapak, Apakah dari syariah marketing tactic (diferensiasi, bauran pemasaran dan *selling*) yang diterapkan dapat meningkatkan pangsa pasar PT. Asuransi Takaful Umum Kantor Perwakilan Purwokerto ini?

Lampiran 2

Kantor PT. Asuransi Takaful Umum Kantor Perwakilan Purwokerto



