

DAFTAR PUSTAKA

- Aaji.or.id. (2022). *Laporan Kinerja Perusahaan Asuransi*.
<https://aaji.or.id/RuangMedia/press-release-laporan-kinerja-industri-asuransi-jiwa-full-year-2022>
- Abdullah, T., & Wahjusaputri, S. (2018). *Bank & Lembaga Keuangan*.
- Alavi, S., Habel, J., & Linsenmayer, K. (2019). What does adaptive selling mean to salespeople? An exploratory analysis of practitioners' responses to generic adaptive selling scales. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 39(3), 254–263. <https://doi.org/10.1080/08853134.2019.1642765>
- Alavi, S., Kocher, B., Dörfer, S., & Habel, J. (2021). The role of salesperson communication in luxury selling. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 41(4), 301–315. <https://doi.org/10.1080/08853134.2021.1915794>
- Allianz.co.id. (2022). Allianz.co.id. <https://www.allianz.co.id/tentang-kami/allianz-indonesia/tentang-allianz.html>
- Annual, R. A. (2022). *One Synergy One Future 2022 Annual Report*.
- Aridha, D. (2018). Strategi Pemasaran Asuransi Allisya Protection Plus Pada Mitra Allianz Pla 003 Palangka Raya. *Repository.Usd.Ac.Id*, 1–19. <https://repository.unsri.ac.id/12539/>
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo.
- Beransah, L. (2020). *Peran Agen Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Jiwa Syariah (Studi Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Kantor Pemasaran Syariah Cabang Banda Aceh)*. 2507(February), 1–9.
- Bharadwaj, N., & Shipley, G. M. (2020). Salesperson communication effectiveness in a digital sales interaction 1. *Industrial Marketing Management*, 90(May), 106–112. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.07.002>
- Fauzan, M. (2020). Peranan Agen Dalam Meningkatkan Nasabah Asuransi Syariah Di Pt Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Kantor Pemasaran Asuransi Pematangsiantar. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan ...*, 5(2), 39–47.
- Fitrah, A. T., & Aslami, N. (2022). Peran Agen Dalam Menentukan Perencanaan Pemasaran dan Meningkatkan Minat Nasabah terhadap Produk Asuransi Syariah. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, 21(1), 25–33.

<https://doi.org/10.47467/mk.v21i1.872>

- Hartmann, N., Plouffe, C. R., Kohsuwan, P., & Cote, J. A. (2020). Salesperson influence tactics and the buying agent purchase decision: Mediating role of buying agent trust of the salesperson and moderating role of buying agent regulatory orientation focus. *Industrial Marketing Management*, 87(February), 31–46. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.02.023>
- Hidayati, N. (2020). PENGARUH FAKTOR KEUANGAN DAN FAKTOR NON KEUANGAN TERHADAP PENGUNGKAPAN OPINI GOING CONCERN: Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderasi. *Prosiding Seminar Nasional Pakar*, 1–7. <https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.6854>
- Huang, D. (2019). A Study on Persuasive Language in Personal Selling. *International Journal of English Linguistics*, 9(2), 353. <https://doi.org/10.5539/ijel.v9n2p353>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (1&2 ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., Bready, M., & Goodman, M. (2019). *Marketing Management 4th Europeah Edition* (15 ed.). Pearson Education.
- Lasmi, A., & Yusrizal, Y. (2022). Personal Selling Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi PT Prudential Life Assurance Syariah Cabang Binjai. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(6), 1199–1205. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i6.1194>
- Maryanto, T., & Rakhim Syahida, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Di Kampung Keramik Dinoyo Kota Malang. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 1(1), 34–39. <https://doi.org/10.33366/jkn.v1i1.8>
- Moleong. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Putra, I. W. A. S. W., & Sukihana, I. A. (2020). Kedudukan Agen Asuransi Di Era Digital Dalam Menawarkan Produk Asuransi. *Jurnal Kertha Semaya*, 8(3), 350–367.
- Raco, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya* (J. 10270 PT Grasindo, Jalan Palmerah Selatan 22 - 28 (Ed.)).
- Rahmawati, A. Y. (2020). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENJUALAN POLIS ASURANSI UMUM PADA PT. ASURANSI ASKRIDA SYARIAH CABANG MEDAN SKRIPSI*. July, 1–23.
- Ramadhani, T. A., & Lubis, F. A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Agen Asuransi Melalui Komunikasi Pemasaran Personal Selling Dalam Penjualan Polis Asuransi

- pada PT Pudential Syariah Binjai. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 2(1), 13–21. <https://doi.org/10.56672/syirkah.v2i1.29>
- Rani rifani arifudin, Kadir, abdul rahman, & Kadir, N. (2013). *Pengaruh Personal Selling Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Pt.Qbe General Insurance Indonesia Cabang Makassa*. 2(1), 1–13.
- Samsu. (2017). *METODE PENELITIAN: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development*. Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Siregar, A. F., & Syahriza, R. (2022). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Asuransi Syariah pada Asuransi Jiwa Bumiputera Syariah*. 2(8.5.2017), 2003–2005.
- Sugiyono. (2018). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Alfabeta.