

DAFTAR PUSTAKA

- Aboalghanam, K. M., & Alzghoul, A. (2025). The impact of digital marketing on the reputation of insurance companies: The role of service quality and brand trust. *Insurance Markets and Companies*.
- Al-Azzam, A. F., Al Serhan, A. F., & Al-Assaf, K. T. (2024). Examining the influence of integrated marketing communications on firm performance: An empirical study. *Journal of System and Management Sciences*.
- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anyadighibe, J. A., Etuk, A. J., Eka, E. E., & Stephen, R. (2021). Effect of promotional mix on the marketing of insurance services. *Journal of Business and Management Studies*.
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bly, Robert W. (2006). *The Complete Guide to Direct Marketing*. United States: Entrepreneur Press.
- Darmawi, Herman. (2011). *Manajemen Risiko*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Darsana, I. B., Surya, M., & Putra, G. N. A. (2023). *Manajemen Pemasaran Modern*. Denpasar: Udayana University Press.
- Fakhrudin, M. (2022). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Deepublish.
- Haque-Fawzi, F. (2022). "Direct Marketing Evolution and Its Impacts on Modern Retail." *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 14(3).
- Jagoan Hosting. (2023). "Strategi Direct Marketing dalam Meningkatkan Penjualan." Diakses dari: <https://www.jagoanhosting.com/blog/direct-marketing/> [20 Mei 2025].
- Juariyah, L. & Sungkar, M. (2023). *Pemasaran Digital Era 5.0*. Surabaya: Penerbit Cendekia.
- Kasmir. (2016). *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Manajemen Pemasaran* Edisi 15. Jakarta: Erlangga.
- Laniza Zainal, Elda Aldira. (2020). *Hukum Asuransi di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Limakrisna, N. (2017). *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Maasyithah, Hutagalung. (2021). “Direct Marketing Galaxy Care dalam Mempromosikan Pru Prime Healthcare Plus oleh Marketing Communication PT. Prudential Life Assurance.” *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- Mirna, dkk. (2024). “Efektivitas Penerapan Direct Marketing pada Produk Tabungan Haji di Bank Sinarmas Syariah KCP Purwokerto.” *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 6(1).
- Nuzulyani, Ridha, dkk. (2023). “Strategi Komunikasi Pemasaran pada Perusahaan Asuransi dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah.” *Jurnal Komunikasi*, Vol. 15(2).
- Putri, Silvia. (2021). “Pengaruh Direct Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah di PT. Prudential Life Assurance Pru Future Team Pekanbaru.” *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Rabbani, M., Fadhilah, R., & Siregar, H. (2022). *Digital Marketing dan Transformasi Pemasaran Modern*. Medan: Andi Publisher.
- Sula, Muhammad Syakir. (2004). *Asuransi Syariah: Life and General*. Jakarta: Gema Insani.
- Sudarsono, Heri. (2003). *Pengantar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2008). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Zainal, E. A. L. (2021). *Hukum Asuransi*. Jakarta: Universitas Jayabaya.
- Zheng, Wei, Liu, Yongdong, dan Deng, Yiting. 2009. “A Comparative Study of International Insurance Markets.” *The Geneva Papers on Risk and Insurance - Issues and Practice*, Vol. 34(4):