

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE BANDUNG

IMPACT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE BANDUNG

Carisshya Habibah Sabrina ¹⁾ dan Tjahjono Djatmiko²⁾

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹⁾carisshyasab@gmail.com, ²⁾tjah08No@gmail.com

Abstrak

Perusahaan asuransi dewasa ini diwarnai oleh persaingan yang ketat, perusahaan harus senantiasa berusaha mewujudkan keinginan nasabah semaksimal mungkin. Kualitas Layanan Asuransi merupakan satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan, kepuasan dan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Prudential Life Assurance Bandung di Jalan Banda No. 30 Bandung. Metode Penelitian dalam penelitian ialah kuantitatif dengan jenis deskriptif, melibatkan dua variabel utama Kualitas Layanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini ialah *Nonprobability Sampling* dan *Purposive Sampling*. Skala pengukuran yang digunakan ialah skala ordinal dan Likert digunakan dalam alat ukur yang digunakan pernyataan penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Analisis deskriptif menunjukkan Kualitas Layanan Prudential Bandung masuk dalam kategori “Baik” dengan total persentase 77,3% dan Kepuasan Nasabah masuk dalam kategori “Baik” dengan total persentase 81,09%. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa semua variabel kualitas pelayanan secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 112,928. Variabel kualitas pelayanan memiliki Koefisien Determinasi sebesar 58,9% dan 41,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Disarankan untuk peneliti selanjutnya agar menambahkan faktor Kualitas Produk dan Harga untuk mendapatkan *R square* yang lebih tinggi, serta melakukan penelitian yang sama di sektor bisnis berbeda

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah..

Abstract

Insurance companies characterized by intense competition nowadays, companies should always strive to achieve maximum customer desires. Service quality of insurance is one thing that can affect customer satisfaction. Based on this research aimed to determine how much influence service quality, customer satisfaction, and impact of service quality on customer satisfaction in PT. Prudential Life Assurance on Jalan Banda No. 30 Bandung.. The research methods used in this research is quantitative research methods with descriptive type, involves two main variables service quality (X) and Customer Satisfaction (Y). Sampling Technique used in this research is nonprobability sampling and purposive sampling. The resulting measurement scale is ordinal and Likert scale used in measuring instruments used statement of this research. The data analysis technique used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. Descriptive analysis showed that Prudential services has a “good” quality of services by the average percentage of cumulative variable is 77,3%. The customer satisfaction Prudential Bandung also included in “good” categories with an average value of 81,09% percentage. The results of multiple linear regression analysis showed that all service quality variables significantly influence on customer satisfaction. Service quality variables simultaneously affect is 112,928 and the Koefisien Determination is 58.9% and the remaining 41.1% is influenced by other factors not addressed in this research. It is suggested for further research in order to conduct research added variable quality of the product, and the price then get hinger results for *R square* and recommend to the next researcher to conduct research on the same topic but in different business.

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Di era Globalisasi sekarang ini menciptakan perkembangan diberbagai aspek kehidupan, salah satunya ialah terdapat peningkatan kebutuhan akan jasa Perusahaan Asuransi Jiwa. Meningkatnya wawasan masyarakat akan pentingnya asuransi dan tingginya kepercayaan terhadap perusahaan asuransi membuat industri asuransi Indonesia pada kuartal kedua 2014 menunjukkan pertumbuhan positif. [7]. Pertumbuhan industri asuransi jiwa diprediksi akan mengalami peningkatan di tahun 2014. Situasi dan kondisi politik di tahun itu, tak menghalangi perkembangan industri lembaga keuangan tersebut. Pasalnya, eksistensi kelas menengah di Indonesia semakin bertumbuh secara signifikan [9] PT Prudential Life Assurance merupakan salah satu perusahaan asuransi Jiwa terbaik di Indonesia, dibuktikan dengan mendapatkan penghargaan sebagai The Best Insurance Companies 2012 pada kelompok asuransi jiwa yang berhasil meraih posisi terbaik untuk kategori aset di atas Rp15 triliun [2]. PT. Prudential Life Assurance Bandung merupakan salah satu kantor cabang yang berlokasi di Kota Bandung. Memiliki fungsi yang sama dengan kantor cabang Prudential lainnya yang terdapat di seluruh Indonesia, yaitu memberikan pelayanan jasa asuransi kepada seluruh nasabah Prudential. Selain mementingkan kenyamanan dan kualitas layanan yang baik, Prudential memberikan kesempatan kepada para nasabahnya untuk memberikan keluhan pada perusahaan, untuk dijadikan sebagai suatu bahan evaluasi yang dilakukan setiap tahunnya. Berikut merupakan Grafik evaluasi keluhan yang masuk di PT Prudential Life Assurance Bandung :



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Keluhan Masuk

Sumber : PT. Prudential Life Assurance Bandung

Keluhan pelanggan dan kualitas produk atau jasa mempengaruhi kepuasan pelanggan [4]. Dengan demikian keluhan Pelanggan merupakan bentuk ketidakpuasan terhadap kinerja karyawan dan kualitas produk dan jasa, pelanggan akan merasakan kenyamanan terhadap produk yang dikeluarkan perusahaan sesuai ekspektasi maupun melebihi ekspektasi yang pelanggan inginkan.

Tujuan Penelitian :

1. Untuk mengetahui Kualitas Layanan PT. Prudential Life Assurance Bandung
2. Untuk mengetahui Kepuasan Nasabah PT. Prudential Life Assurance Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan Nasabah PT. Prudential Life Assurance Bandung

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN METODOLOGI

2.1 Tinjauan Pustaka

Kualitas Pelayanan

Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas merupakan definisi yang berpusat pada pelanggan.[4]. Untuk mengetahui kualitas atau mutu keberadaan pelayanan yang sedang digunakan, pelanggan jasa harus menilai kualitas pelayanan tersebut. Pada prinsipnya untuk menilai kualitas pelayanan, digunakan dimensi pengukuran terhadap instrumen yang melingkupi pelayanan. ada lima dimensi Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu: [11]

- a) *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- b) *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c) *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d) *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

e) *Emphaty*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

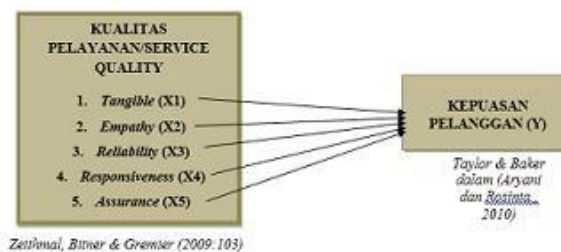
Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan pengaruh utama dan faktor kunci yang mempengaruhi pembentukan masa depan pembelian dan kepemilikan pelanggan [1]. Sebaliknya, pelanggan yang tidak puas memiliki kecenderungan untuk beralih merek dan memiliki persepsi negatif mengenai penyedia layanan. Kepuasan (satisfaction) merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka [4].

Kepuasan merupakan sebuah respon pemenuhan konsumen terhadap sebuah penilaian bahwa suatu produk atau pelayanan jasa, atau produk atau jasa itu memberikan konsumsi terkait tingkat kesenangan maupun sebaliknya. [6]

2.2 Kerangka Pemikiran

Model penelitian ini mengadaptasi kerangka pemikiran Ahmed *et al.*, 2010 yang memaparkan bahwa Sektor perusahaan jasa harus berusaha melalui kualitas pelayanan. Banyak perusahaan mencoba untuk memuaskan pelanggan dengan memberikan layanan berkualitas terbaik. Kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan 5 dimensi (*Tangibles, Emphaty, Reability, Responsiveness, Assurance*) dan hubungannya ditentukan dengan kepuasan pelanggan. Berdasarkan paparan diatas, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti yang disajikan dalam Gambar 2.1 berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif yang merupakan penelitian yang mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi [8]. Metode Penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan [8].

Sampel

Sampel yang diambil dari populasi harus bersifat representatif atau mewakili populasi untuk ditarik kesimpulannya [8]. Ukuran sampel (jumlah responden) ditentukan dengan menggunakan Metode Slovin, dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Dimana:

n : Ukuran Sampel

N: Ukuran Populasi (Nasabah PT. Prudential Life Assurance Bandung)

e : % Kelonggaran ketidaktelitian.

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{3.574}{1 + 3.574 (5\%)^2}$$

$$n = 399.88 \approx 400$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka jumlah sampel minimal yang dibutuhkan untuk menjadi responden sebanyak 399 orang dan digenapkan menjadi 400 orang.

Teknik Analisis Data

Analisis Dekriptif

Statistik dekriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. [8].

Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Berganda. Analisis Regresi adalah model analisis yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel dan pengukuran pengaruh antarvariabel melibatkan lebih dari satu variabel independen [3].

4. PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden Nasabah PT. Prudential Life Assurance Bandung

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah di PT Prudential Life Assurance Bandung. Jawaban responden dari kuisisioner dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Alat penelitian yang digunakan adalah kuisisioner dengan 23 item pertanyaan mengenai dimensi Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan. Pertanyaan terdiri atas nomor 1-3 mengenai Dimensi Tangibles (X1), nomor item 4-8 mengenai Dimensi Emphaty (X2), nomor item 9-11 mengenai Dimensi Reliability (X3), nomor item 12-15 Dimensi Responsiveness (X4), nomor item 16-19 mengenai Dimensi Assurance (X5), dan nomor item 20-23 mengenai kepuasan pelanggan (Y). Jumlah kuisisioner yang disebar sebanyak 400 kuisisioner yang disebar kepada nasabah PT. Prudential Life Assurance Bandung. Berikut adalah ringkasan distribusi kuesioner penelitian:

4.1.1 Demografi Responden

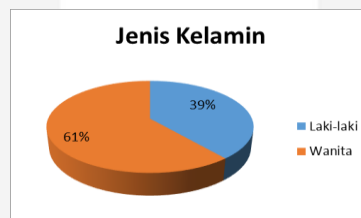
Berdasarkan identitas responden, karakteristik responden dapat dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan rata-rata pendapatan sebagaimana diuraikan berikut ini

1. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi profil responden berdasarkan jenis kelamin yaitu menggambarkan profil responden yaitu nasabah PT Prudential Life Assurance Bandung berdasarkan jenis kelamin, sehingga deskripsi profil responden menurut jenis kelamin dapat dilihat melalui diagram berikut ini :

Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Data primer yang diolah (2015)

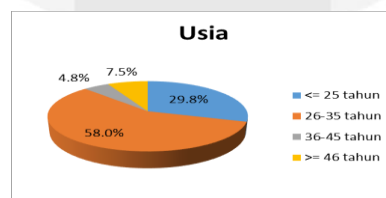


2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi usia responden menggambarkan usia responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, sehingga akan disajikan hasil olahan data menurut usia responden yang dapat dilihat melalui diagram berikut ini :

Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia

Sumber: Data primer yang diolah (2015)



3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan dari nasabah PT. Prudential Life Assurance Bandung, sehingga akan disajikan hasil olahan data berdasarkan pekerjaan responden yang dapat dilihat melalui diagram berikut ini :

Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan
Sumber: Data primer yang diolah (2015)



3. Deskripsi Responden Berdasarkan rata-rata pendapatan

Deskripsi responden berdasarkan rata-rata pendapatan nasabah asuransi PT.Prudential Life Assurance Bandung, sehingga akan disajikan hasil olahan data menurut unsur responden yang dapat dilihat melalui diagram berikut ini :

Gambar 4.4 Data Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan
Sumber: Data Primer yang diolah (2015)



4.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan (X)

Tanggapan responden mengenai Kualitas layanan secara kumulatif berdasarkan tanggapan responden Dimensi Tangibles (X1), Emphaty (X2), Reliability (X3), Responsiveness (X4), dan Assurance (X5). Berdasarkan hasil kumulatif dimensi Tangibles (X1), Emphaty (X2), Responsiveness (X3), Reliability (X4), dan Assurance (X5) yaitu sebesar 77,3%. Maka, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel Kualitas Layanan (X) PT. Prudential Life Assurance Bandung masuk dalam kategori Baik.

4.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Dari hasil pengolahan tanggapan responden menunjukkan variabel Kepuasan Pelanggan memiliki empat item pernyataan. Item pernyataan mengenai Kepuasan menjadi nasabah Prudential berdasarkan pengalaman memiliki tanggapan yang paling tinggi dengan persentase 82,9%, dan yang memiliki tanggapan paling rendah dengan persentase 81,1% ialah item pernyataan mengenai pelayanan asuransi telah memenuhi harapan nasabah. Secara keseluruhan total tanggapan responden pada Kepuasan Pelanggan ialah sebesar 81,09% yang masuk ke dalam kategori Baik.

4.1.4 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk menguji apakah data telah memenuhi kriteria model regresi yang baik dengan melakukan uji normalitas, uji heterokedastisitas dan uji multikoleniaritas. Gambar dan Tabel di bawah ini merupakan hasil dari uji normalitas, heterokedastisitas dan multikoleniaritas :

Gambar 4.5 Gambar Uji Normalitas

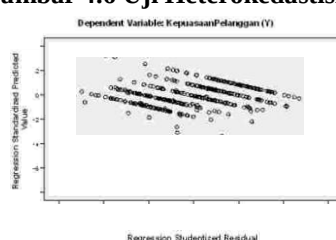


Tabel 4.1 Uji Multikoleniaritas

Co efficients ^a			
Model		Col lineari ty Stat stics	
		Tol erance	VIF
1	Tangi bles (X1)	,888	1,126
	Emphaty (X2)	,817	1,223
	Relabi lity (X3)	,881	1,135
	Responsiveness (X4)	,899	1,112
	Assurance (X5)	,823	1,215

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan (Y)

Gambar 4.6 Uji Heterokedastisitas



4.3.2 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,280 + 0,081 X_1 + 0,251 X_2 + 0,154 X_3 + 0,317 X_4 + 0,409 X_5$$

Dari persamaan regresi linier berganda diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 0,280. Artinya, jika nilai Tangibles (X_1), Emphaty (X_2), Reliability (X_3), Responsiveness (X_4) dan Assurance (X_5) bernilai 0 maka Kepuasan Pelanggan akan bernilai 0,280.

Koefisien Regresi pada persamaan analisis regresi linier berganda menunjukkan arah hubungan dari variabel yang bersangkutan dengan Kepuasan Pelanggan. Koefisien regresi untuk variabel bebas X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dan X_5 bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara dimensi Tangibles (X_1), Emphaty (X_2), Reliability (X_3), Responsiveness (X_4), Emphaty (X_5) dengan Kepuasan Pelanggan (Y). Koefisien regresi variabel X_1 bernilai 0,081, Koefisien regresi X_2 bernilai 0,251, Koefisien regresi X_3 bernilai 0,154, Koefisien regresi X_4 bernilai 0,317, dan Koefisien regresi dan X_5 0,409 mengandung arti untuk setiap pertambahan masing-masing dimensi Tangibles (X_1), Emphaty (X_2), Reliability (X_3), Responsiveness (X_4), Emphaty (X_5) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar nilai masing-masing koefisien regresinya.

4.3.3 Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dengan SPSS, penulis memperoleh hasil koefisien determinasi yang dijelaskan pada Tabel 4.13 sebagai berikut :

Tabel 4.2 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 ^a	.589	.584	.36834

a. Predictors: (Constant), Assurance (X_5), Reliability (X_3), Responsiveness (X_4), Tangibles (X_1), Emphaty (X_2)

b. Dependent Variable: KepuasanPelanggan (Y)

Berdasarkan Tabel 4.14 ouput diperoleh, angka R square sebesar 58,9%. Atau variasi variable bebas yang digunakan dalam model ini mampu menjelaskan variasi variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 58,9%. Sedangkan sisanya sebesar 41,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

4.3.4 Pengujian Hipotesis

A. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Tabel dibawah merupakan hasil output spss hasil pengujian hipotesis secara simultan uji (F) :

Tabel 4.3 Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	76.607	5	15,321	112,928
	Residual	53,456	394	.136	
	Total	130,063	399		

a. Predictors: (Constant), Assurance (X_5), Reliability (X_3), Responsiveness (X_4), Tangibles (X_1), Emphaty (X_2)

b. Dependent Variable: KepuasanPelanggan (Y)

Dari tabel diatas diperoleh nilai F hitung sebesar 112,928. Karena nilai F hitung ($112,928 > F$ tabel ($2,237$)), maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari Tangibles (X_1), Emphaty (X_2), Reliability (X_3), Responsiveness (X_4) dan Assurance (X_5) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

B. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Tabel 4.4 Uji T (Parsial)

Variabel	t hitung	df	t tabel	Sig	Keterangan	Kesimpulan
X_1	2,585	394	1,966	0,010	Ho ditolak	Signifikan
X_2	6,348	394	1,966	0,000	Ho ditolak	Signifikan
X_3	5,207	394	1,966	0,000	Ho ditolak	Signifikan
X_4	10,117	394	1,966	0,000	Ho ditolak	Signifikan
X_5	10,395	394	1,966	0,000	Ho ditolak	Signifikan

1. Variabel Tangibles X_1 memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Karena nilai t hitung ($2,585 > t$ tabel ($1,966$)), maka H_0 ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari Tangibles (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

2. Variabel Emphaty X_2 memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Karena nilai t hitung ($6,348 > t$ tabel ($1,966$)), maka H_0 ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari Emphaty (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

3. Variabel Reliability X3 memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Karena nilai t hitung (5,207) > t tabel (1,966), maka H_0 ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari Reliability (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

4. Variabel Responsiveness X4 memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Karena nilai t hitung (10,117) > t tabel (1,966), maka H_0 ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari Responsiveness (X4) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

5. Variabel Assurance X5 memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Karena nilai t hitung (10,397) > t tabel (1,966), maka H_0 ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari Assurance (X5) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan, pengolahan dan analisa data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan dan diharapkan memberikan jawaban terhadap tujuan diadakannya penelitian ini yaitu:

1. disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel Kualitas Layanan (X) PT. Prudential Life Assurance Bandung masuk dalam kategori Baik. Dengan Total persentase 77,3%

2. Berdasarkan hasil tanggapan responden penelitian, diketahui bahwa variabel Kepuasan Pelanggan termasuk dalam kategori “Baik”. Dengan total persentase sebesar 81,09%

3. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah diperoleh kesimpulan bahwa : Variabel paling berpengaruh ialah dimensi Assurance (X5), secara simultan dan parsial kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Koefisien Determinasinya sebesar 58,9, sedangkan sisanya sebesar 41,1% dipengaruhi oleh variabel lain

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

1. Variabel dimensi Assurance (X5) memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 40,9% dimensi ini, dengan melakukan pemberian *training* dan penyuluhan mengenai produk, dan layanan asuransi terhadap para agen Prudential, agar memiliki pengetahuan untuk dapat menjawab setiap pertanyaan para nasabahnya

2. Untuk tetap mempertahankan kepuasan dengan cara memberikan rasa aman terhadap para nasabahnya dalam melakukan transaksi. Dengan memberikan laporan transparansi pembayaran polis asuransi secara berkala terhadap para nasabah .

5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

1. Kepuasan dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga. (Zeithaml, Bitner & Gremler, 2009:103). Pada penelitian ini hanya menggunakan faktor kualitas pelayanan, disarankan untuk peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian di perusahaan yang sama dengan menambahkan variabel Kualitas Produk, dan Harga sehingga didapat hasil R square yang lebih tinggi.

2. Penulis merekomendasikan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan topik yang sama namun di sektor bisnis yang berbeda untuk menambah jumlah referensi untuk penelitian di bidang kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]Aryani, dwi dan Rosinta, Febrina. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Mei-Agustus 2010, h.114-126
- [2]Berita Satu. (2012). Investor Award The Best Companies 2012 Kembali Digelar. [Online]. <http://www.beritasatu.com/ekonomi/58138-investor-award-the-best-insurances-companies-2012-kembali-digelar.html>. [15 September 2014]
- [3]Ghozalli, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [4]Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2012). Marketing Management (Edisi 14). England: Pearson. [5]Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2012). Principles of Marketing (Edisi 12 Jilid 2). England: Pearson [6]Oliver, Richard L. (2010), Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer, New York: Irwin/McGraw-Hill.

- [7]Pratiwi,Fuji.(2014).Industri Asuransi Jiwa Tumbuh Positif.[Online]. <http://www.republika.co.id/berita/koran/financial/14/09/02/nb9mab2-industri-asuransi-jiwa-tumbuh-positif>. [10 September 2014]
- [8]Sugiono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (cetakan ketujuh belas). Bandung: Alfabeta
- [9] Suharsono. (2014). PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Mengoptimalkan Potensi, Meraih Prestasi. [Online]. <http://www.jiwasraya.co.id> [10 September 2014]
- [10]Wijaya, Tony. (2011). Manajemen Kualitas Jasa. Jakarta : Indeks
- [11]Zeithmal, Valarie A., Bitner, mary Jo dan Gremier, Dwayne D (2009). Service Marketing. Singapore: McGrawHill

