

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 seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT. Prudential Life Assurance Bandung di Jalan Banda No. 30 Bandung.

Penelitian ini melibatkan dua variabel utama. Variabel pertama adalah variabel independen adalah kualitas layanan dijelaskan dengan menggunakan dimensi servqual yang terdiri dari lima dimensi, yaitu Tangibles (X1), Emphaty (X2), Reliability (X3), Responsivess (X4), Assurance (X5). Variabel kedua adalah variabel dependen dari penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan jenis deskriptif dan verifikatif. Skala pengukuran yang dihasilkan 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 bertujuan untuk mengetahui Kualitas Layanan dan kepuasan pelanggan PT. Prudential Life Assurance Bandung. Sedangkan analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui nilai pengaruh lima variabel X (Kualitas Layanan) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan).

Analisis deskriptif menunjukkan Kualitas Layanan Prudential Bandung memiliki kualitas layanan yang baik dengan persentase rata-rata masing-masing variabel adalah Tangibles (X1) dari 86,4%, Emphaty (X2) sebesar 86,5%, Reliability (X3) pada 61,9%, Responsiveness (X4) dari 61,1%, Assurance (X5) dari 86,5%, berada di kategori baik. Kepuasan Nasabah Prudential Bandung juga termasuk dalam kategori baik dengan nilai rata-rata persentase 81,09%. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa semua variabel kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan secara bersamaan mempengaruhi sangat besar, yaitu 58,9 dan 41,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah.

