

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Asuransi Bintang Tbk, Cabang Pekanbaru

Mikha Hotnauli Marbun¹; Arizal.N²; Masirun³

^{1,2,3} Universitas Lancang Kuning
Jln. Yos Sudarso Km 08 Rumbai Telp. (0761) 52581 Fax. (0761) 52581
E-mail : arizal@unilak.ac.id

Submit : 2021-10-07

Review : 2021-11-12

Publish : 2022-02-26

Abstract: This research was conducted at PT. Asuransi Bintang Tbk, Pekanbaru Branch which is one of the companies engaged in loss insurance which is located in the Sudirman Raya Office Complex Block C No. 12 Pekanbaru City, Riau Province. By offering several of its flagship products, one of which is motor vehicle insurance. The formulation of the problem in this study is "Does the quality of service have a significant influence on customer satisfaction at PT Asuransi Bintang Tbk Pekanbaru Branch". This study aims to determine the effect of Service Quality on Customer Satisfaction at PT Asuransi Bintang Tbk Pekanbaru Branch. The population in this study were users of Motor Vehicle Insurance at Asuransi Bintang Tbk Pekanbaru Branch. The sample used is the number of customers/users of Motor Vehicle Insurance services in 2019 as many as 313 people, using the slovin formula from 313 population of policyholders so that it becomes 76 people, while the sampling technique is purposive sampling. This research is a descriptive research with multiple linear regression model. With manual calculations or using the SPSS system that strengthens the calculation results. The test results identified five variables that can have a significant impact on customer satisfaction, namely reliability (x1), responsiveness (x2), security (x3), empathy (x4) and physical evidence (x5). The physical evidence variable (X5) was found to have the highest number and the highest beta. Physical evidence has the strongest effect compared to other variables and has a dominant impact on customer satisfaction. Meanwhule, the results of R Square show that the contribution of service quality to satisfaction is 38,2%.

Keywords: *Service quality, customer satisfaction*

Seiring dengan berkembangnya industri asuransi yang sudah lama berdiri, industri asuransi Indonesia berkembang pesat, dengan banyak perusahaan asuransi yang baru didirikan. Tentunya persaingan antar perusahaan asuransi semakin ketat, sehingga perusahaan asuransi akan berusaha memberikan pelayanan terbaik untuk memuaskan pelanggan.

Berhasilnya suatu perusahaan asuransi juga sangat dipengaruhi dengan memberikan kepuasan bagi pelanggan sebagaimana seharusnya diarahkan kepada pelayanan yang berkesinambungan.

Kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan perusahaan akan mengubah konsumen menjadi pelanggan. Sehingga dapat dikatakan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap perusahaan.

Berikut ini menunjukkan perkembangan pelanggan yang menggunakan jasa asuransi kendaraan di perusahaan PT Asuransi Bintang Tbk Cabang Pekanbaru.

Tabel 1. Target dan Realisasi Jumlah Nasabah Kendaraan Bermotor Pada PT Asuransi Bintang Tbk Cabang Pekanbaru Tahun 2015-2019 (Orang)

Tahun	Target Nasabah	Realisasi	Persentase
2015	350	240	68,5%
2016	350	388	110,8%
2017	450	465	103,3%
2018	500	397	79,4%
2019	500	313	62,6%

Sumber: Data Olahan PT.Asuransi Bintang Tbk Cabang Pekanbaru Tahun 2015-2019

Berdasarkan pada tabel tersebut, pada tahun 2015 target jumlah nasabah tidak terpenuhi realisasinya, yaitu hanya sebesar (68,5%). Pada tahun 2016 target jumlah nasabah mulai terpenuhi realisasinya, yaitu sebesar 110,8%. Pada tahun 2017 target jumlah nasabah masih terpenuhi realisasinya, yaitu sebesar 103,3%. Pada tahun 2018 target jumlah nasabah tidak tercapai realisasinya, yaitu hanya sebesar (79,4%). Pada tahun 2019 target jumlah nasabah tidak terpenuhi realisasinya, yaitu hanya sebesar 62,6%. Berdasarkan data tahun 2015, 2018 dan 2019 target yang telah ditetapkan tidak tercapai oleh perusahaan. Untuk itu perlu dilihat konsistensi pelanggan atau konsumen dalam menggunakan produk asuransi PT Asuransi Bintang Tbk Cabang Pekanbaru.

Melihat kondisi nasabah yang semakin hari semakin menurun, maka perlu dilakukan pengkajian lebih lanjut mengenai masalah kualitas pelayanan yang ada pada PT Asuransi Bintang Tbk Cabang Pekanbaru, kenapa pelanggan mereka semakin menurun. Adapun kondisi pelayanan yang ada pada PT Asuransi Bintang Tbk Cabang Pekanbaru ini seperti ruang tunggu yang masih kurang pencahayaan, waktu tunggu proses klaim yang masih lama, prosedur klaim asuransi yang masih berbelit-belit, serta pelayanan karyawan yang masih kurang maksimal. Hal ini menyebabkan pelanggan merasa tidak puas dan memilih pindah atau menggunakan jasa asuransi lainnya.

Jasa adalah kegiatan yang tidak berwujud dan diberikan antara pihak satu ke pihak lain dan juga tidak ada kepemilikan yang berpindah. Kotler dalam Lupiyoadi (2014) Kotler & Armstrong (2012) mengemukakan karakteristik jasa terbagi atas 4, yaitu: Tidak Berwujud (*Intangibility*), Maksudnya sebelum jasa tersebut diterima jasa tersebut dapat dilihat, didengar, diraba; Bervariasi (*Variability*); Tidak Terpisahkan (*Inseparability*), biasanya dilakukan pada saat yang sama dengan partisipasi konsumen, layanan tidak lepas dari penyedia layanan mereka; Tidak Dapat Disimpan (*Perishability*), nilai layanan hanya ada ketika

layanan digunakan dan diterima langsung oleh pemakai.

Kualitas pelayanan adalah upaya untuk memuaskan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan serta ketetapan dalam penyampaian yang mengimbangi harapan seorang pelanggan. Alma (2014). Kotler dalam Alma (2014) menyatakan ada 5 faktor yang dominan untuk menentukan kualitas pada layanan dari jasa yang di singkat TERRA: a. Tangible (Berwujud) adalah bentuk instalasi fisik, peralatan dan semua media komunikasi yang bagus menarik dan terawat; b. Empathy adalah kemauan karyawan untuk khawatir memperhatikan langganannya; c. Responsiveness (Jawaban) adalah kemampuan karyawan untuk cepat dalam melayani pelanggan dan mau mendengar keluhan dari pelanggan; d. Reliability (Keandalan) adalah menyediakan layanan yang menjamin dan terpercaya serta konsisten; e. Asuransi (Jaminan) adalah karyawan mampu memberikan kepercayaan dan keyakinan pada janji yang telah diberi pada konsumen.

Tjiptono (2014) mengemukakan Untuk mengukur ekspektasi dan persepsi pelanggan dalam dimensi utama kualitas layanan, maka diperlukan model SERVQUAL. Dimensi tersebut terbagi menjadi 5: Reliabilitas, yaitu keandalan dalam memberi layanan yang di janjikan dengan akurat dan konsisten; Daya Tanggap, dalam mendengarkan dan mengatasi keluhan dari konsumen maka harus ada kemauan untuk membantu pelanggan; Jaminan, yaitu memberikan sifat yang dapat dipercaya terlebih yang dimiliki karyawan, kompetensi, kesopanan, bebas risiko serta keraguan; Empati, yaitu pemahaman atas kebutuhan tersendiri para pelanggan serta kemudahan untuk menjalin relasi, serta adanya komunikasi baik; Bukti Fisik, yaitu dalam proses pelayanan ada kenyamanan dan kemudahan yang disediakan seperti fasilitas, perlengkapan pegawai serta komunikasi yang baik.

Tjiptono (2012) kepuasan pelanggan merupakan kondisi yang dirasakan seorang pelanggan ketika mereka telah menyadari keinginan dan kebutuhannya sudah sesuai dengan apa yang di harapkan mereka. Kotler dalam Sunyoto (2013) kepuasan pelanggan adalah sesuatu yang di rasakan seseorang yang sudah membedakan hasil dari kinerja di bandingkan dengan harapannya.

Tjiptono (2014) Mengungkapkan ada beberapa Indikator dalam kepuasan pelanggan terdiri dari: Kesesuain Harapan, Adanya rasa sesuai yang diperoleh pelanggan antara kinerja jasa yang diberikan seperti diharapkan; Minat Berkunjung Kembali, Pelanggan bersedia datang berberkunjung lagi dan menggunakan jasa itu kembali; Kesediaan Merekomendasikan, Pelanggan dapat mengenalkan jasa yang sudah digunakan kepada teman atau keluarganya.

Robby Nur Akbar, dkk (2016), hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan secara bersama. Sedangkan Yunita Hasrina 2018, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan memberikan hasil bahwa kualitas pelayan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan masyarakat.

METODE

Pada penelitian ini analisis data menggunakan metode deskriptif. Untuk pengolahan data digunakan alat olahan data SPSS. Sebagai obyek pada penelitian ini adalah Pelanggan pengguna Jasa Asuransi Bintang, Tbk Cabang Pekanbaru. Populasi penelitian ini adalah pengguna jasa Asuransi Kendaraan Bermotor pada Asuransi Bintang Tbk di Pekanbaru pada tahun 2019 yang berjumlah orang 313 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik metode purposive sampling, yaitu dengan pengambilan sampel menurut pertimbangan dari subyektif peneliti. Jumlah populasi yang dipakai adalah 313 orang pengguna jasa Asuransi Kendaraan Bermotor tersebut, maka diambil sampelnya sebanyak 76 orang.

Data yang dipakai pada penelitian adalah data kualitatif dan kuantitatif. Teknik

pengumpulan data menggunakan wawancara yaitu dimana peneliti dalam mengumpulkan data dilakukan tanya jawab dengan pimpinan perusahaan atau karyawan yang ada di perusahaan itu. Dan kuesioner yaitu merupakan beberapa pertanyaan yang ditulis untuk dijawab oleh responden.

HASIL

Untuk melihat bagaimana tanggapan responden tentang kualitas pelayanan pada PT. Asuransi Bintang Tbk, Cabang Pekanbaru adalah:

Tabel 2 Rekapitulasi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel Penelitian	Indikator Penelitian	Nilai Rata-Rata	Total Rata-Rata
Reliabilitas	Petugas Asuransi Bintang cermat melayani pelanggan	4	3,75 Puas
	Asuransi Bintang memiliki standar pelayanan jelas	3,92	
	Pelayanan pengaduan ataupun pengajuan klaim cepat dan handal	3,54	
	Petugas Asuransi Bintang memiliki keahlian menggunakan alat bantu proses layanan	3,57	
Daya Tanggap	Petugas Asuransi Bintang menyampaikan informasi dengan jelas	3,40	3,20 Cukup Puas
	Pelayanan administrasi pada Asuransi Bintang cepat dan tepat	3,15	
	Petugas Asuransi Bintang memberi informasi klaim sesuai dengan prosedur	3,26	
	Petugas Asuransi Bintang merespon semua keluhan pelanggan	3	
Jaminan	Petugas mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan	3,56	3,40 Cukup Puas
	Pelanggan merasa aman dalam penggunaan layanan asuransi	3,80	

Variabel Penelitian	Indikator Penelitian	Nilai Rata-Rata	Total Rata-Rata
	dan transaksi		
	Penanganan keluhan yang diberikan Asuransi Bintang sangat baik	3,26	
	Penyedia jasa Asuransi Bintang memberikan dukungan dan kerjasama yang baik terhadap pelanggan	3,01	
Empati	Petugas Asuransi Bintang memberikan perhatian yang akrab terhadap pelanggan	2,89	2,83 Cukup Puas
	Petugas Asuransi Bintang mengutamakan kepentingan pelanggan	2,73	
	Petugas Asuransi Bintang melayani pelanggan dengan ramah	2,80	
	Petugas Asuransi bintang melayani dengan sopan dan santun	2,90	
Bukti Fisik	Kondisi gedung/bangunan pada Asuransi Bintang sangat baik	2,53	2,54 tidak Puas
	Kondisi ruang tunggu pelayanan pada Asuransi Bintang bersih dan nyaman	2,64	
	Kondisi peralatan dan perlengkapan Asuransi Bintang sudah memadai	2,44	
	Petugas asuransi selalu berpenampilan rapih dengan mengenakan tanda pengenal yang jelas.	2,56	
Kepuasan pelanggan	Kami puas dengan pelayanan yang pada oleh Asuransi Bintang karena sesuai dengan yang saya harapkan.	3,35	3,12 Cukup Puas
	Kami berminat berlangganan atau menggunakan kembali jasa	3,01	

Variabel Penelitian	Indikator Penelitian	Nilai Rata-Rata	Total Rata-Rata
	asuransi dari Asuransi Bintang.		
	Kami bersedia merekomendasikan produk/ jasa Asuransi Bintang kepada kerabat/keluarga dan orang lain.	3,02	

Sumber: Data Olahan

Untuk nilai corrected item-total correlation variabel kualitas pelayanan memiliki nilai masing- masing itemnya berada diatas $r_{tabel} (> 0.296)$. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item dinyatakan valid. Kemudian diketahui nilai untuk variabel kepuasan pelanggan itemnya ada di atas $r_{tabel} (> 0.296)$. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item dinyatakan valid.

Nilai Alpha variabel kualitas pelayanan sebesar 0,879, dan nilai Alpha pada variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,912, sedangkan nilai r pada signifikan 1% dengan $n = 76$ ($df = n - 2 = 74$), di dapat sebesar 0,296. Karena r hitung $> r$ tabel untuk taraf kesalahan 1% yaitu variabel kualitas pelayanan $0,879 > 0,296$, variabel kepuasan $0,912 > 0,296$.

Tabel 3. Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.693	1.423		2.596	.011
	KUALITAS PELAYANAN	.090	.022	.426	4.055	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelayanan						

Dapat diketahui persamaan regresi berganda:

$$Y = 3.693 + 0,090 X + e$$

Nilai sig kualitas pada pelayanan

kepada kepuasan adalah $0,00 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,055 > t$ tabel $1,666$, sehingga dapat di tarik simpulan H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan.

PEMBAHASAN

Pada penelitian ini menyatakan kualitas pelayanan ini mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sesuai pada teori yang kemukakan Tjiptono (2014:266) menyatakan Kualitas layanan ini mencakup keandalan, reliabilitas, jaminan, empati dan bukti fisik mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hal ini sejalan juga dengan penelitian Arizal.N dan Agus.S (2019), menyatakan bahwa secara simultan dimensi kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi. Demikian juga penelitian dari Hendrison, dkk 2020, membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan penyedia jasa juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial.

Berdasarkan uji hipotesis yang dibuat dengan membedakan jumlah t hitung dengan t tabel, hipotesis diterima jika t hitung $> t$ tabel dan nilai sig $0,00 < 0,05$. Dengan itu dapat dikatakan t hitung $> t$ tabel yaitu $4,055 > 1,666$ dan nilai sig untuk kualitas pelayanan terhadap kepuasan sebesar $0,00 < 0,05$. Hal ini membuktikan pada kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga Hipotesis diterima.

Pada hasil penelitian berdasarkan uji t pada setiap variabel pada Kualitas Pelayanan yang terdiri dari Reliabilitas (X1), Daya tanggap (X2), Jaminan (X3), Empati (X4) dan Bukti fisik (X5), diketahui pada masing-masing variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) secara sendiri-sendiri. Hal tersebut berdasarkan nilai sig. $< 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel. Pada variabel Reliabilitas $0,02 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,283 > t$ tabel $1,666$, variabel Daya tanggap $0,00 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,788 > t$ tabel $1,666$, variabel Jaminan $0,01 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,462$

$> t$ tabel $1,666$, variabel Empati $0,01 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,385 > t$ tabel $1,666$, dan variabel Bukti fisik $0,00 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,261 > t$ tabel $1,666$. Dan diketahui pada variabel bukti fisik merupakan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan karena memiliki jumlah paling besar dibanding yang lain yaitu $4,261$.

SIMPULAN

Pada hasil uji yang di peroleh ada 5 variabel yang dapat memberi pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan yakni Reliabilitas(x1), Daya Tanggap(x2), Jaminan(x3), Empati(x4) dan Bukti Fisik (x5)). Pada hasil Uji T-test ditemukan variabel bukti fisik (X5) memiliki jumlah dan beta terbesar. Bukti fisik memiliki pengaruh paling besar dan nilai paling rendah dibandingkan dengan variabel lain, dan memiliki pengaruh dominan pada tingkat kepuasan pelanggan.

Pihak perusahaan diharapkan dapat menciptakan suatu standar pelayanan yang ditetapkan oleh perusahaan baik dari kondisi fisik bangunan bagian pelayanan klaim dan ruang tunggu asuransi kerugian sudah baik namun perlu ada perawatan, dimana hal ini dilakukan untuk menjaga kontinuitas kunjungan konsumen terhadap kenyamanan pelayanan dari segi fisik.

DAFTAR RUJUKAN

- Alma, Buchari, 2014, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung, CV Alfabeta
- Hasibuan, Malayu S.P, 2014, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan
- Keempatbelas, Jakarta, Bumi Aksara
- Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane, 2012, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta, Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat, 2014, *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi 3, Jakarta, Salemba Empat

Sudaryono, 2016, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Yogyakarta,

Andi

Sunyoto, Danang, 2014, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta, CAPS

Tjiptono, Fandy., Gregorius, Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta,

ANDI

_____, 2014, *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian*,

Yogyakarta, C.V ANDI OFFSET

_____, 2015, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Andi.

Arizal, N., & Agus, S. (2019). The effect of service quality on satisfaction and its Impact on loyalty of cooperative members. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 95(11).

Hasrina, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Asuransi Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat di PT. Jasa Raharja KPJR Pangkalan Balai. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 16(3), 132-141.

Hendrisson, H., & Husda, N. E. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Asuransi Reliance Indonesia.

Robby Nur Akbar, dkk. 2016, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Nasabah Prioritas PT. AIA Finalcial Cabang Malang, Jawa Timur)*, (Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 30. nomor 1