

RESUME SKRIPSI

“PENGARUH KUALITAS LAYANAN PT PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI JAKARTA”

Oleh :

Nama : Shirley Widjaya

Nim : 29100517

Pembimbing : Dergibson Siagian,Ir.,M.M.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

2015

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

ABSTRAK

Shirley Wijaya / 29100517 / 2010 / Pengaruh Kualitas Layanan PT Prudential Life Assurance Terhadap Loyalitas Nasabah di Jakarta / Dergibson Siagian, Ir., M.M.

Asuransi merupakan salah satu bentuk jasa yang memberikan banyak kegunaan baik dan diharapkan dapat meringankan sekian banyak resiko itu untuk kelangsungan hidup perseorangan, masyarakat maupun perusahaan. Tetapi pada masa sekarang masih banyak masyarakat yang belum sadar akan pentingnya asuransi. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor. Perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sejauh mana faktor kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan mengetahui serta menjelaskan pengaruh diantara kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian yang dilakukan penulis adalah mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen dengan mengacu pada teori bauran pemasaran, yaitu kualitas layanan, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan survei dan jenis penelitian deskriptif. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu non-probability sampling dengan jenis judgemental sampling, dengan sampel sebanyak 100 responden nasabah PT Prudential Life Assurance di Jakarta. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana, analisis statistik deskriptif dan rentang skala untuk mengetahui pengaruh antar variabel serta tingkat loyalitas konsumen.

Hasil analisis regresi linear sederhananya yaitu, $Y = 2,963 + 0,261 X$. Variabel independen yaitu kualitas layanan sebesar 0,261 mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel dependen yaitu loyalitas konsumen. Hasil nilai rata-rata pada rentang skala menunjukkan nilai antara 3,4 – 4,2 yang artinya nasabah setuju bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Dan koefisien determinasi yang diperoleh adalah sebesar 0,077, hal ini membuktikan bahwa bahwa variabel independent (kualitas layanan) dapat menjelaskan sebesar 7,7%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor yang tidak diteliti.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Serta nasabah PT Prudential Life Assurance setuju akan kualitas layanan yang diberikan mempengaruhi loyalitas konsumen. Maka untuk perusahaan PT Prudential Life Assurance harus dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas layanannya, dan untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel atau indikator baru, karena masih terdapat faktor diluar kualitas layanan yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Kualitas layanan, Loyalitas konsumen



ABSTRACT

Shirley Wijaya / 29100517 / 2010 / The Effect of Service Quality Prudential Life Assurance Towards Customer Loyalty in Jakarta/ Dergibson Siagian, Ir., M.M.

Insurance is one of the services that give a lot of good usability and it is expected to accommodate many risks for individuals, communities and companies survival. But at present there are still many people who do not realize the importance of this insurance is caused by several factors. The formulation of the problem in this research is the extent to which factors influence service quality on customer loyalty. This study aims to determine and explain the effect between service quality on customer loyalty.

Research by the author is about the effect of service quality towards customer loyalty with reference to the theory of the marketing mix such as quality of service, customer satisfaction and customer loyalty.

Methods in this research is used a survey approach and descriptive research. The sampling method is used a non-probability sampling with the type of judgmental sampling, with a sample of 100 respondents from customers of Prudential Life Assurance in Jakarta. Analysis of the data is used a simple linear regression analysis, statistical analysis descriptive and range scale to determine the influence between variables and the level of customer loyalty.

Results of simple linear regression analysis is, $Y = 2.963 + 0.261 X$. The independent variable is the service quality of 0.261 has a positive influence on the dependent variable is loyalty consumers. The results of the average value in the range scale indicates a value between 3.4 to 4.2 which means the customer agrees that the service quality towards on customer loyalty. And the coefficient of determination obtained amounted to 0.077, it is proved that that the independent variable (quality of service) can be explained by 7.7%, while the rest is explained by factors not examined.

Based on the research, the results can be concluded that the variable of service quality is significant positive effect on customer loyalty. And customers of PT Prudential Life Assurance agree about the quality of services provided affect customer loyalty. Therefore Prudential Life Assurance must be able to maintain and improve the quality of its services, and for further research is recommended to add a new variable or indicator, because there are more factors beyond the quality of the services that affect customer loyalty.

Key Words : Service Quality, Customer loyalty





PENDAHULUAN

Asuransi merupakan salah satu bentuk jasa yang memberikan banyak kegunaan baik itu untuk kelangsungan hidup secara perseorangan, masyarakat maupun perusahaan. Asuransi diharapkan dapat menampung sekian banyak resiko yang ditemui dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Ini adalah sesuatu yang sangat penting dan merupakan tanggung jawab mulia dalam masyarakat. Sayangnya meskipun kesadaran akan nilai asuransi itu ada dan nyata, namun konsumen biasanya tidak berinisiatif membeli asuransi yang secukupnya untuk memenuhi kebutuhan.

Masyarakat beranggapan pembelian polis asuransi memerlukan prosedur yang rumit. Oleh karena keraguan-keraguan ini, maka kebutuhan masyarakat untuk perlindungan terhadap kerugian finansial tidak akan tercapai jika asuransi tidak dipasarkan secara aktif dan efektif. Salah satu faktor yang dapat menyebabkan suatu perusahaan asuransi dikatakan berhasil atau tidak dapat dilihat dari tingkat nasabah yang menggunakan jasa perusahaan asuransi tersebut apakah terus bertambah banyak atau tidak. Selain itu juga dapat dilihat dengan nasabah asuransi yang kembali lagi untuk menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Kompetensi tenaga penjualan adalah keahlian tenaga penjualan dalam melakukan aktivitas penjualan. Keahlian tenaga penjual adalah keyakinan akan adanya pengetahuan khusus yang dimiliki oleh tenaga penjualan tersebut yang mendukung hubungan bisnis dengan nasabah. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN PT PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI JAKARTA”

Yang menjadi masalah dalam penelitian ini yaitu “Bagaimanakah pengaruh kualitas layanan PT Prudential Life Assurance terhadap loyalitas nasabah di Jakarta.”

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

Mengetahui pengaruh kualitas layanan yang diberikan PT Prudential Life Assurance terhadap loyalitas nasabahnya di Jakarta.

Manfaat dari penelitian ini :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan PT Prudential Life Assurance untuk dapat meningkatkan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah agar dapat menghasilkan keunggulan dalam menghadapi pesaing.

2. Bagi peneliti

- Sebagai bahan masukan dan referensi dalam kegiatan studi maupun kegiatan praktek kerja sebenarnya.
- Mendapatkan pengalaman praktis dalam menyusun skripsi dan aplikasinya dalam bidang pemasaran.

3. Bagi pembaca

Diharapkan pembaca dapat menambah wawasan dan mendapat gambaran secara garis besar mengenai kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dan diharapkan juga menjadi sebagai sumber informasi dan referensi bagi pihak lain.

Hipotesis dari Penelitian ini yaitu :

Terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan PT Prudential Life Assurance terhadap loyalitas nasabah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan kepada nasabah PT Prudential Life Assurance yang telah membeli polis asuransi. Desain penelitian yang digunakan berupa desain penelitian deskriptif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan dengan metode survey. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada responden karyawan. Kuesioner ini dibagi menjadi dua bagian yaitu bagian pertama yang berisi data-data responden dan bagian kedua berisi pertanyaan yang menyangkut variabel-variabel dalam penelitian yaitu kualitas layanan dan loyalitas nasabah. Kemudian pemberian angka atau nilai pada kuesioner ini menggunakan skala likert dimana responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mengenai berbagai pernyataan mengenai perilaku, objek, orang, atau kejadian.





Penulis menetapkan sampel yang akan diambil adalah responden pengguna jasa asuransi pada PT. Prudential Life Assurance wilayah Jakarta. pra kuesioner yang akan disebarakan sebanyak 30 lembar, kuesioner kepuasan atas kualitas jasa dan loyalitas sebanyak 100 lembar yang akan dibagikan kepada para konsumen yang telah menjadi nasabah PT. Prudential Life Assurance.

Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling*. Sugiyono (2014: 154) mendefinisikan *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis teknik yang digunakan adalah *judgement sampling*. Menurut Malhotra (2005: 373) *sampling judgemental* adalah bentuk sampling *convenience* yang didalamnya elemen populasi dipilih berdasarkan *judgement* peneliti. Peneliti, dengan *judgement* atau keahliannya, memilih elemen-elemen tersebut mewakili atau memang sesuai dengan populasi yang sedang diteliti.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Menurut Husein Umar (2010: 61) uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuisioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujian dilakukan dengan cara SPSS 21.. Langkah-langkah mengukur validitas adalah sebagai berikut:

- Melakukan uji coba kuisioner dengan meminta 30 responden menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada. Dengan jumlah minimal 30 orang ini, distribusi skor akan lebih mendekati kurva normal.
- Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
- Menghitung total correlation antardata pada masing-masing dengan skor total, memakai rumus korelasi *product moment*, yang rumusnya sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{n(\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$



Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi

X_i = hasil skor butir pada nomor butir ke-i

Y = corrected item total correlation

n = jumlah data pengamatan

$\sum Y$ = jumlah pengamatan variabel y

$\sum X$ = jumlah pengamatan variabel x

$\sum XY$ = jumlah hasil kali variabel x dan y

Jika nilai nilai korelasi (*Corrected Item Total Correlation*) berada diatas standartnya, yaitu 0,361, maka butir pertanyaan dikatakan valid.

b. Reliabilitas

Apabila uji validitas telah dilakukan, maka selanjutnya akan dilakukan uji reliabilitas. Adapun tujuan utama dari pengujian reliabilitas ini adalah untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrument apabila instrument tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur suatu obyek atau responden.

Menurut Musein Umar (2010: 63) dalam mengukur reliabilitas instrumen dapat menggunakan *Alpha Cronbach*. Strandar yang digunakan dalam menentukan reliable dan tidaknya r instrument penelitian umumnya adalah perbandingan antara nilai r hitung dengan r table pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat signifikan 5%. apabila dilakukan pengujian reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach*, maka nilai r hitung diwakili oleh nilai Alpha. Apabila r hitung > r table dan Alpha hitung bernilai positif, maka suatu instrument penelitian dapat disebut reliable. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k - 1} \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

1. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dimana :

- r_{11} = Reliabilitas instrumen
- k = banyak butir pertanyaan
- σ^2 = varian total
- $\sum h^2$ = jumlah varians butir

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan terhadap data penelitian adalah :

a. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2013, 160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametri Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

H_0 : Data residual berdistribusi normal (Angka signifikansi (Sig) > $\alpha = 0,05$)

H_A : Data residual tidak berdistribusi normal

(Angka signifikansi (Sig) < $\alpha = 0,05$)

b. Uji Autokorelasi

Menurut Imam Ghozali (2013 : 110) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Akibat dari adanya autokorelasi dalam model regresi, koefisien regresi yang diperoleh menjadi tidak efisien, artinya tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan koefisien regresi menjadi tidak stabil.

Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dengan uji *Run test* sebagai bagian dari statistik non-parametrik dapat digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi atau tidak. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bahwa residual adalah acak atau random. *Run Test* digunakan untuk melihat apakah residual terjadi secara random atau tidak.

H_0 : Residual Random (acak) / tidak ada autokorelasi

H_a : Residual Tidak Random / ada autokorelasi

H_0 diterima apabila nilai p value atau signifikansi $> 0,05$.

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2007 : 139) uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji-rank Spearman yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (error) ada yang signifikan maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen). Untuk dapat mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menentukan hipotesis yang akan diuji adalah :

H_0 : Tidak ada gejala heteroskedastisitas

H_a : Ada gejala heteroskedastisitas

H_0 diterima apabila nilai p value atau signifikansi $> 0,05$.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghozali (2013 : 97) koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel depende. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sd 1 dimana:

1. Jika $R = 0$, berarti tidak ad hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y.



- 2. Jika $R = 1$, berarti garis regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna.
- 3. $0\% < R^2 < 100\%$ berarti ada hubungan antara variabel X dan Y.

e. Koefisien Korelasi

Untuk menjawab seberapa erat atau seberapa kuat hubungan linear antara X dan Y. Ditujukan dengan

rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{n(\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$

Dimana :

- r_{xy} = koefisien korelasi
- n = banyaknya pasangan pengamatan
- $\sum x$ = jumlah pengamatan variabel X
- $\sum y$ = jumlah pengamatan variabel Y

Nilai korelasi ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

Interval Korelasi	Keeratan Hubungan
$0,00 < r < 0,20$	Sangat Rendah
$0,20 < r < 0,40$	Rendah
$0,40 < r < 0,60$	Sedang
$0,60 < r < 0,80$	Kuat
$0,80 < r < 1,00$	Sangat Kuat

f. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Menurut Ghazali (2013 : 96) dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel

Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



independen. Variabel dependen diasumsikan random/stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilitas. Variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang

berulang). Analisis regresi sederhana dalam penelitian bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (kualitas layanan) terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah).

Agar bentuk umum persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b.x$$

Dimana :

- Y = Loyalitas konsumen
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi variabel x
- X = Kualitas layanan

Jadi harga b merupakan fungsi dari koefisien korelasi. Bila koefisien korelasi tinggi, maka harga b juga besar. Sebaliknya bila koefisien korelasi rendah maka harga b juga rendah (kecil). Selain itu, bila koefisien korelasi negatif, maka harga b juga negative dan sebaliknya koefisien positif, maka b juga positif.

g. Analisis Statistik Deskriptif

Digunakan untuk menghitung data dari profil responden. Cara perhitungannya adalah dengan menggunakan rumus frekuensi relatif, Darmadi Duriyanto (2003: 95) sebagai berikut:

$$P = \frac{fi}{\sum fi} \times 100\%$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dimana :

P = Persentase responden yang memilih kategori tertentu.

f_i = Jumlah responden yang memilih kategori tertentu.

$\sum f_i$ = Banyaknya jumlah responden.

3. Pengukuran Skala

a. Skala Likert

Menurut Sugiyono (2014: 168), Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari yang sangat positif sampai dengan yang sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

1. Sangat setuju
2. Setuju
3. Ragu-ragu
4. Tidak setuju
5. Sangat tidak setuju

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

- | | |
|--|---|
| 1. Sangat setuju/selalu/sangat positif diberi skor | 5 |
| 2. Setuju/sering/positif diberi skor | 4 |
| 3. Cukup setuju/kadang-kadang diberi skor | 3 |
| 4. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif diberi skor | 1 |



Skala Likert dapat diperlakukan sebagai skala interval. Oleh karena itu, sehubungan dengan penelitian ini skala Likert yang digunakan:

	1	2	3	4	5
	Sangat tidak setuju				Sangat setuju

- Dimana:
- 1 = Sangat tidak setuju
 - 2 = Tidak setuju
 - 3 = Cukup setuju
 - 4 = Setuju
 - 5 = Sangat setuju

Skor Rata-Rata

Setiap jawaban responden dari pertanyaan yang diberikan, maka akan diberikan bobot. Cara menghitung skor adalah menjumlahkan seluruh hasil kali nilai masing-masing bobotnya dibagi dengan jumlah total frekuensi. Rumus skor rata-rata:

Keterangan:

- \bar{X} = rata-rata berbobot
- $\sum fi$ = Frekuensi
- wi = Bobot

$$\bar{X} = \frac{\sum fi \cdot wi}{\sum fi}$$

3. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya penulis menggambarkan rentang skala untuk menentukan posisi tanggapan responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Bobot alternatif responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel.

Dengan peringkat jawaban tertinggi adalah 5 dan terkecil adalah 1, yang menggambarkan posisi dari yang paling negatif sampai ke posisi yang paling positif.

Untuk itu perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$R_s = \frac{m - 1}{m}$$

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruhnya karena tulisan ini tanpa pencantuman dan menyebutkan sumber. Setiap jawaban responden dari pertanyaan yang diberikan, maka akan diberikan bobot. Cara menghitung skor adalah menjumlahkan seluruh hasil kali nilai masing-masing bobotnya dibagi dengan jumlah total frekuensi. Rumus skor rata-rata: Keterangan: \bar{X} = rata-rata berbobot $\sum fi$ = Frekuensi wi = Bobot
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak cipta dan milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



Dimana:

R_s = rentang skala penelitian

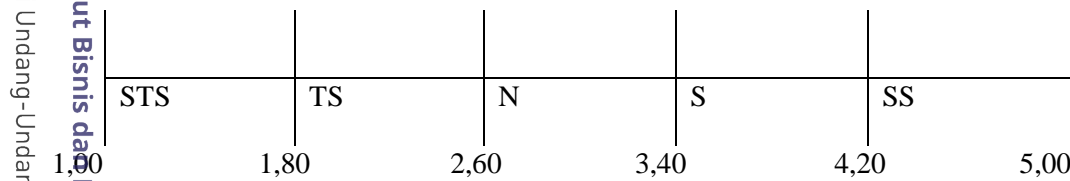
m = banyaknya kategori

Jadi karena skor terbesar = 5, dan skor terkecil = 1, dan jumlah kelas atau kategori ada 5, maka dapat

ditemukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$R_s = \frac{5 - 1}{5 - 1} = 0,8$$

Gambar rentang skala:



Keterangan:

Skala 1,00-1,80 = Sangat Tidak Setuju

Skala 1,81-2,60 = Tidak Setuju

Skala 2,61-3,40 = Netral

Skala 3,41-4,20 = Setuju

Skala 4,21-5,00 = Sangat Setuju

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Prudential Life Assurance Indonesia didirikan pada tahun 1995, PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) merupakan bagian dari Prudential plc, sebuah group perusahaan jasa keuangan terkemuka dari Inggris yang mengelola dana sebesar lebih dari US\$510 miliar dan melayani lebih dari 21 juta nasabah di seluruh dunia. Dengan menggabungkan pengalaman internasional Prudential di bidang asuransi jiwa dengan pengetahuan tata cara bisnis lokal, Prudential

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia. Sejak meluncurkan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (unit link) pertamanya di tahun 1999, Prudential Indonesia merupakan pemimpin pasar untuk produk tersebut di Indonesia. Di samping itu, Prudential Indonesia juga menyediakan berbagai produk yang di rancang untuk memenuhi dan melengkapi setiap kebutuhan para nasabahnya di Indonesia. Motto Perusahaan “ *Always Listening Always Understanding*”, yang artinya hanya dengan mendengarkan, kami dapat memahami apa yang dibutuhkan masyarakat, dan hanya dengan memahami apa yang dibutuhkan masyarakat, kami dapat memberikan produk dan tingkat pelayanan sesuai dengan yang diharapkan.

B Analisis Deskriptif

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur tingkat sah atau valid tidaknya suatu alat ukur yang berupa indikator variabel pada kuesioner. Uji validitas diukur dengan melihat nilai *Corrected Item – Total Corellation* yang terdapat pada setiap indikator yang diujikan. Jika nilai *Corrected Item – Total Corellation* yang diperoleh dari pengujian ini lebih besar dari r tabel (0,361) maka indikator dinyatakan layak.

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas (n = 30)

No.	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Kualitas Layanan			
	Indikator X1	0,678	0,361	Valid
	Indikator X2	0,379	0,361	Valid
	Indikator X3	0,595	0,361	Valid
	Indikator X4	0,833	0,361	Valid
	Indikator X5	0,470	0,361	Valid
	Indikator X6	0,736	0,361	Valid
	Indikator X7	0,393	0,361	Valid
	Indikator X8	0,471	0,361	Valid
	Indikator X9	0,723	0,361	Valid
Indikator X10	0,734	0,361	Valid	
2.	Loyalitas Konsumen			
	Indikator Y1	0,498	0,361	Valid
	Indikator Y2	0,574	0,361	Valid
	Indikator Y3	0,566	0,361	Valid
	Indikator Y4	0,643	0,361	Valid
Indikator Y5	0,549	0,361	Valid	

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau memiliki keandalan jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas (n = 30)

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized	Keterangan
1.	Kualitas Layanan	0,874	0,7	Reliabel
2.	Loyalitas Nasabah	0,787	0,7	Reliabel

Hasil uji reliabilitas pada tabel 4.6 tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien *Alpha* yang cukup besar yaitu lebih besar dari 0,7 sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel.

2. Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3
Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
20-30 tahun	42	42
30-40 tahun	36	36
40-50 tahun	22	22
Total	100	100

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, diketahui bahwa usia responden yang mencapai presentase paling besar adalah pada usia 20-30 tahun yaitu sebesar 42%, sedangkan pada usia 30-40 tahun mencapai presentase sebesar 36% dan pada usia 40-50 tahun mencapai presentase 22%.



b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.4
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	47	47
Wanita	53	53
Total	100	100

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, diketahui bahwa sejumlah responden wanita mencapai presentase lebih besar, yaitu sebesar 47%, dibandingkan dengan pria yang hanya berjumlah 47%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel 4.5
Jenis Pekerjaan Responden

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Mahasiswa	26	26
Karyawan	50	50
Wiraswasta	24	24
Total	100	100

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, diketahui bahwa berdasarkan jenis pekerjaan responden, karyawan yang mencapai presentase terbesar dibandingkan karyawan dan wiraswasta. Karyawan mencapai presentase sebesar 50% sedangkan mahasiswa mencapai frekuensi sebesar 26% dan wiraswasta mencapai 24%.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

Tabel 4.6
Penghasilan per bulan Responden

Penghasilan per bulan	Frekuensi	Persentase
< 1 juta	21	21
3 juta – 5 juta	48	48
> 5 juta	31	31
Total	100	100

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan tabel 4.5 di atas, diketahui bahwa berdasarkan penghasilan responden perbulannya, responden yang memiliki penghasilan diantara 3 juta sampai 5 juta perbulannya memiliki presentase yang paling besar yaitu sebesar 48%, sedangkan yang memiliki penghasilan di atas 5 juta mencapai presentase sebesar 31% dan responden yang berpenghasilan di bawah 1 juta mencapai presentase sebesar 21%

C Hak cipta milik IBJ KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3 Analisis Indeks Jawaban Per Variabel

a. Kualitas Layanan

(1) Dimensi Keandalan

Dimensi ini dikelompokkan pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

(a) Karyawan mampu menyelesaikan masalah

Karyawan dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dikeluhkan oleh para nasabah.

Skala	Frekuensi (fi)	Nilai (xi)	Total Skor (fi . xi)
Sangat Tidak Setuju	5	1	5
Tidak Setuju	10	2	20
Netral	18	3	54
Setuju	30	4	120
Sangat Setuju	37	5	185
Total	100		384

Rata-rata skor = $384/100 = 3,84$

Dari hasil tabel menunjukkan bahwa dari 100 responden diperoleh hasil rata-rata skor sebesar 3,84.

(b) Kesesuaian pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan

Nasabah akan memperoleh hasil sesuai yang dijanjikan oleh perusahaan pada saat pertama kali jasa tersebut ditawarkan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBJ KKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBJ KKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Skala	Frekuensi (fi)	Nilai (xi)	Total Skor (fi . xi)
Sangat Tidak Setuju	3	1	3
Tidak Setuju	17	2	34
Netral	14	3	42
Setuju	35	4	140
Sangat Setuju	31	5	155
Total	100		374

$$\text{Rata-rata skor} = 374/100 = 3,74$$

Dari hasil tabel menunjukkan bahwa dari 100 responden diperoleh hasil rata-rata skor sebesar 3,74.

(2) Dimensi Daya Tanggap

Dimensi ini dikelompokkan pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan tanggapan yang baik kepada nasabah sesuai dengan yang dijanjikan.

(a) Kecepatan karyawan dalam menangani keluhan nasabah

Kecepatan dan kebenaran karyawan dalam menjawab dan memberikan solusi kepada keluhan nasabah.

Skala	Frekuensi (fi)	Nilai (xi)	Total Skor (fi . xi)
Sangat Tidak Setuju	2	1	2
Tidak Setuju	12	2	24
Netral	18	3	54
Setuju	39	4	156
Sangat Setuju	29	5	145
Total	100		381

$$\text{Rata-rata skor} = 381/100 = 3,81$$

Dari hasil tabel menunjukkan bahwa dari 100 responden diperoleh hasil rata-rata skor sebesar 3,81.

(b) Daya tanggap karyawan dalam melayani permintaan nasabah

Daya tanggap karyawan yang sopan dan sesuai saat melayani permintaan nasabah.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Skala	Frekuensi (fi)	Nilai (xi)	Total Skor (fi . xi)
Sangat Tidak Setuju	17	1	17
Tidak Setuju	10	2	20
Netral	18	3	54
Setuju	31	4	124
Sangat Setuju	24	5	120
Total	100		335

$$\text{Rata-rata skor} = 335/100 = 3,35$$

Dari hasil tabel menunjukkan bahwa dari 100 responden diperoleh hasil rata-rata skor sebesar 3,35.

(3) Dimensi Jaminan

Dimensi ini dikelompokkan pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan perusahaan dapat memberikan jaminan kepada nasabah dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

(a) Karyawan memiliki keterampilan dan pengetahuan

Terjaminnya para karyawan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang baik tentang perusahaan dan asuransi.

Skala	Frekuensi (fi)	Nilai (xi)	Total Skor (fi . xi)
Sangat Tidak Setuju	6	1	6
Tidak Setuju	16	2	32
Netral	19	3	57
Setuju	34	4	136
Sangat Setuju	25	5	125
Total	100		356

$$\text{Rata-rata skor} = 356/100 = 3,56$$

Dari hasil tabel menunjukkan bahwa dari 100 responden diperoleh hasil rata-rata skor sebesar 3,56.

(b) Perusahaan memiliki reputasi yang baik

Perusahaan terjamin mempunyai reputasi yang baik di masyarakat luas.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Skala	Frekuensi (fi)	Nilai (xi)	Total Skor (fi . xi)
Sangat Tidak Setuju	1	1	1
Tidak Setuju	13	2	26
Netral	17	3	51
Setuju	35	4	140
Sangat Setuju	34	5	170
Total	100		388

Rata-rata skor = $388/100 = 3,88$

Dari hasil tabel menunjukkan bahwa dari 100 responden diperoleh hasil rata-rata skor sebesar 3,88.

(4) Dimensi Empati

Dimensi ini dikelompokkan pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan dan keinginan nasabah.

(a) Menangani kebutuhan dan keinginan nasabah

Nasabah akan mendapati kesesuaian karyawan dalam menangani kebutuhan dan keinginan nasabah.

Skala	Frekuensi (fi)	Nilai (xi)	Total Skor (fi . xi)
Sangat Tidak Setuju	4	1	4
Tidak Setuju	14	2	28
Netral	15	3	45
Setuju	44	4	176
Sangat Setuju	23	5	115
Total	100		368

Rata-rata skor = $368/100 = 3,68$

Dari hasil tabel menunjukkan bahwa dari 100 responden diperoleh hasil rata-rata skor sebesar 3,68.

(b) Perhatian dan kepedulian karyawan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah



Kesesuaian karyawan dalam memberikan perhatian dan kepedulian kepada nasabah dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Skala	Frekuensi (fi)	Nilai (xi)	Total Skor (fi . xi)
Sangat Tidak Setuju	11	1	11
Tidak Setuju	12	2	24
Netral	16	3	48
Setuju	39	4	156
Sangat Setuju	22	5	110
Total	100		349

$$\text{Rata-rata skor} = 349/100 = 3,49$$

Dari hasil tabel menunjukkan bahwa dari 100 responden diperoleh hasil rata-rata skor sebesar 3,49.

(c) Agen *Prudential* yang mudah ditemui

Kesesuaian agen *Prudential* mudah di hubungi dan ditemui oleh nasabah.

Skala	Frekuensi (fi)	Nilai (xi)	Total Skor (fi . xi)
Sangat Tidak Setuju	13	1	13
Tidak Setuju	10	2	20
Netral	17	3	51
Setuju	29	4	116
Sangat Setuju	31	5	155
Total	100		355

$$\text{Rata-rata skor} = 355/100 = 3,55$$

Dari hasil tabel menunjukkan bahwa dari 100 responden diperoleh hasil rata-rata skor sebesar 3,55.

(5) Dimensi Benda Berwujud

Dimensi ini dikelompokkan pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan terlihatnya perusahaan serta penampilan karyawan dalam melayani nasabah.

(a) Penampilan atau kerapihan karyawan *Prudential*

Penampilan karyawan *Prudential* yang rapih dan bersih saat melayani nasabah.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Skala	Frekuensi (fi)	Nilai (xi)	Total Skor (fi . xi)
Sangat Tidak Setuju	9	1	9
Tidak Setuju	11	2	22
Netral	15	3	45
Setuju	37	4	148
Sangat Setuju	28	5	140
Total	100		364

$$\text{Rata-rata skor} = 364/100 = 3,64$$

Dari hasil tabel menunjukkan bahwa dari 100 responden diperoleh hasil rata-rata skor sebesar 3,64.

b. Loyalitas Konsumen

(1) Dimensi Pembelian Ulang

(a) Selalu ingin membeli produk *Prudential*

Nasabah selalu ingin meng-upgrade produk lamanya dengan produk terbaru dari *Prudential*.

Skala	Frekuensi (fi)	Nilai (xi)	Total Skor (fi . xi)
Sangat Tidak Setuju	7	1	7
Tidak Setuju	8	2	16
Netral	10	3	30
Setuju	44	4	176
Sangat Setuju	31	5	155
Total	100		384

$$\text{Rata-rata skor} = 384/100 = 3,84$$

Dari hasil tabel menunjukkan bahwa dari 100 responden diperoleh hasil rata-rata skor sebesar 3,84.

(2) Dimensi Pembelian Antarlini Produk

(a) Pembelian produk baru yang dikeluarkan oleh *Prudential*

Nasabah membeli produk baru yang dikerluarkan oleh *Prudential*.



Skala	Frekuensi (fi)	Nilai (xi)	Total Skor (fi . xi)
Sangat Tidak Setuju	2	1	2
Tidak Setuju	11	2	22
Netral	10	3	30
Setuju	43	4	172
Sangat Setuju	34	5	170
Total	100		396

Rata-rata skor = $396/100 = 3,96$

Dari hasil tabel menunjukkan bahwa dari 100 responden diperoleh hasil rata-rata skor sebesar 3,96.

(3) Dimensi Merefereasikan kepada orang lain

(a) Memberikan rekomendasi positif kepada orang lain

Nasabah mau memberikan rekomendasi yang positif kepada orang lain tentang pelayanan dan perusahaan *Prudential*.

Skala	Frekuensi (fi)	Nilai (xi)	Total Skor (fi . xi)
Sangat Tidak Setuju	5	1	5
Tidak Setuju	9	2	18
Netral	10	3	30
Setuju	47	4	188
Sangat Setuju	29	5	145
Total	100		386

Rata-rata skor = $386/100 = 3,86$

Dari hasil tabel menunjukkan bahwa dari 100 responden diperoleh hasil rata-rata skor sebesar 3,86.

(b) Mengajak orang lain untuk menabung di *Prudential*

Nasabah mau mengajak orang lain untuk menabung bersama di *Prudential*.

Skala	Frekuensi (fi)	Nilai (xi)	Total Skor (fi . xi)
Sangat Tidak Setuju	1	1	1
Tidak Setuju	7	2	14
Netral	11	3	33

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Setuju	44	4	176
Sangat Setuju	37	5	185
Total	100		409

Rata-rata skor = $409/100 = 4,09$

Dari hasil tabel menunjukkan bahwa dari 100 responden diperoleh hasil rata-rata skor sebesar 4,09.

(4) Dimensi Kekebalan terhadap tarikan pesaing

(a) Tetap membeli produk asuransi di Prudential walaupun ada tawaran yang lebih menarik dari produk perusahaan asuransi lain yang sejenis

Nasabah tetap akan membeli produk asuransi di Prudential walaupun ada tawaran yang lebih menarik dari produk perusahaan asuransi lain yang sejenis.

Skala	Frekuensi (fi)	Nilai (xi)	Total Skor (fi . xi)
Sangat Tidak Setuju	3	1	3
Tidak Setuju	12	2	24
Netral	16	3	48
Setuju	37	4	148
Sangat Setuju	32	5	160
Total	100		383

Rata-rata skor = $383/100 = 3,83$

Dari hasil tabel menunjukkan bahwa dari 100 responden diperoleh hasil rata-rata skor sebesar 3,83.

A. HASIL PENELITIAN

1 Rentang Skala

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka data tersebut dimasukkan ke dalam masing-masing dimensinya. Setelah itu akan dirata-rata skornya lagi sehingga diperoleh nilai rata-rata skor yang akan menunjukkan persepsi kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan Prudenetial pada rentang skala yang ada.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

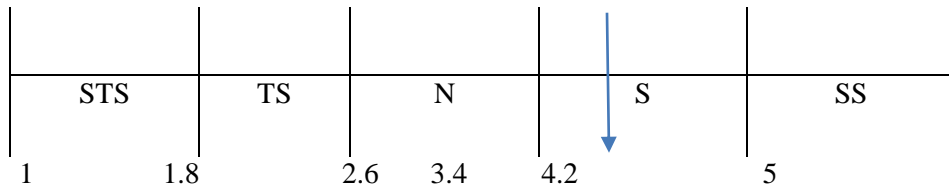


a. Kualitas Layanan

(1) Dimensi Keandalan

No.	Keterangan	Nilai rata-rata skor
1	Karyawan mampu menyelesaikan masalah	3,84
2	Kesesuaian pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan	3,74
	total	7,58

$$\text{Rata-rata skor} = 7,58/2 = 3,79$$



Berdasarkan hasil tabel menunjukkan bahwa nilai rata-rata skor kualitas layanan pada dimensi keandalan memperoleh hasil sebesar 3,79. Hasil tersebut menunjukkan bahwa rentang skala berada pada posisi setuju yaitu diantara 3,4 – 4,2. Ini berarti sebagian besar nasabah setuju bahwa karyawan Prudential mampu menyelesaikan masalah dan pelayanannya sesuai dengan janji yang ditawarkan.

(2) Dimensi Daya Tanggap

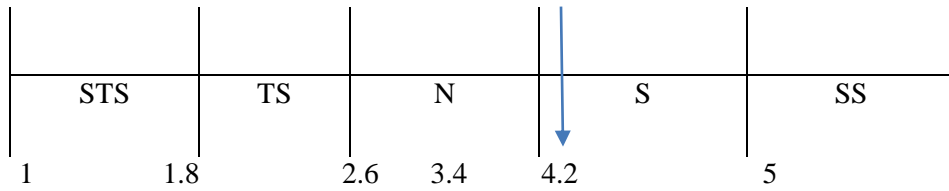
No.	Keterangan	Nilai rata-rata skor
1	Kecepatan karyawan Prudential dalam menangani keluhan nasabah	3,81
2	Daya tanggap karyawan dalam melayani permintaan nasabah	3,35
	total	7,16

$$\text{Rata-rata skor} = 7,16/2 = 3,58$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

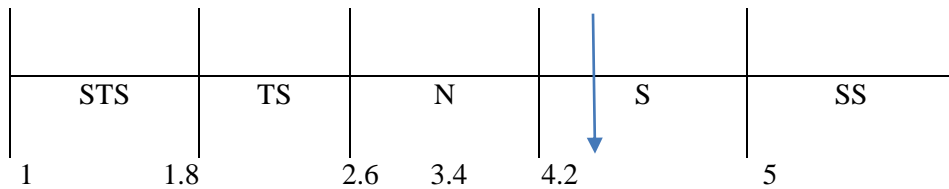


Berdasarkan hasil tabel menunjukkan bahwa nilai rata-rata skor kualitas layanan pada dimensi daya tanggap memperoleh hasil sebesar 3,58. Hasil tersebut menunjukkan bahwa rentang skala berada pada posisi setuju yaitu diantara 3,4 – 4,2. Ini berarti sebagian besar nasabah setuju bahwa karyawan Prudential cepat dalam menangani keluhan nasabah dan karyawan Prudential tanggap dalam melayani permintaan nasabah.

(3) Dimensi Jaminan

No.	Keterangan	Nilai rata-rata skor
1	Karyawan memiliki keterampilan dan pengetahuan	3,56
2	Perusahaan memiliki reputasi yang baik	3,88
	total	7,44

Rata-rata skor = $7,44/2 = 3,72$



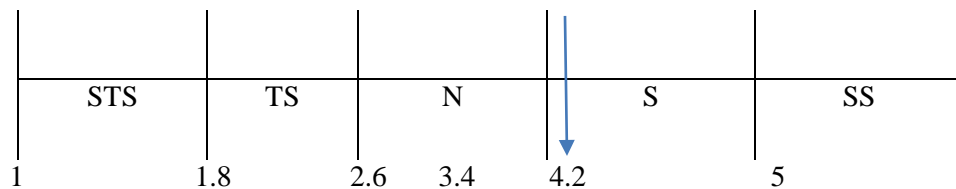
Berdasarkan hasil tabel menunjukkan bahwa nilai rata-rata skor kualitas layanan pada dimensi jaminan memperoleh hasil sebesar 3,72. Hasil tersebut menunjukkan bahwa rentang skala berada pada posisi setuju yaitu diantara 3,4 – 4,2. Ini berarti sebagian besar nasabah setuju bahwa karyawan Prudential memiliki keterampilan dan pengetahuan serta perusahaan memiliki reputasi yang baik di masyarakat.



(4) Dimensi Empati

No.	Keterangan	Nilai rata-rata skor
1	Menangani kebutuhan dan keinginan nasabah	3,68
2	Perhatian dan kepedulian karyawan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah	3,49
3	Agen Prudential mudah ditemui	3,55
	total	10,72

Rata-rata skor = $10,72/3 = 3,57$



Berdasarkan hasil tabel menunjukkan bahwa nilai rata-rata skor kualitas layanan pada dimensi empati memperoleh hasil sebesar 3,57. Hasil tersebut menunjukkan bahwa rentang skala berada pada posisi setuju yaitu diantara 3,4 – 4,2. Ini berarti sebagian besar nasabah setuju bahwa karyawan Prudential memberikan perhatian dan kepeduliannya dalam menangani kebutuhan dan keinginan nasabah serta agennya yang mudah ditemui.

(5) Dimensi Bukti Berwujud

No.	Keterangan	Nilai rata-rata skor
1	Penampilan atau kerapihan karyawan Prudential	3,63
	total	3,63

Rata-rata skor = 3,63

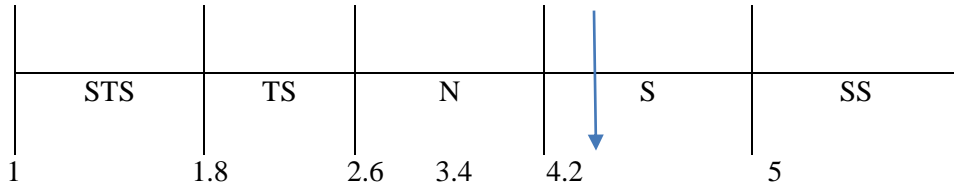
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



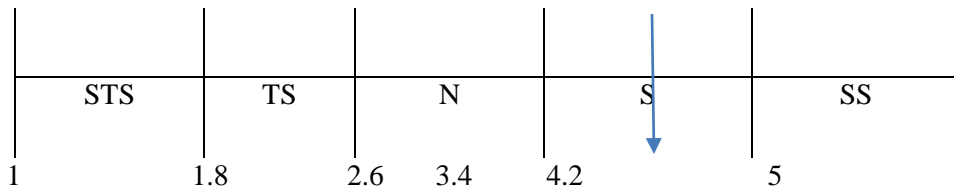
Berdasarkan hasil tabel menunjukkan bahwa nilai rata-rata skor kualitas layanan pada dimensi benda berwujud memperoleh hasil sebesar 3,63. Hasil tersebut menunjukkan bahwa rentang skala berada pada posisi setuju yaitu diantara 3,4 – 4,2. Ini berarti sebagian besar nasabah setuju bahwa karyawan Prudential berpenampilan rapih dalam melaksanakan tugasnya.

b. Loyalitas Konsumen

(1) Melakukan Pembelian Berulang

No.	Keterangan	Nilai rata-rata skor
1	Selalu ingin membeli produk di Prudential	3,84
	total	3,84

Rata-rata skor = 3,84



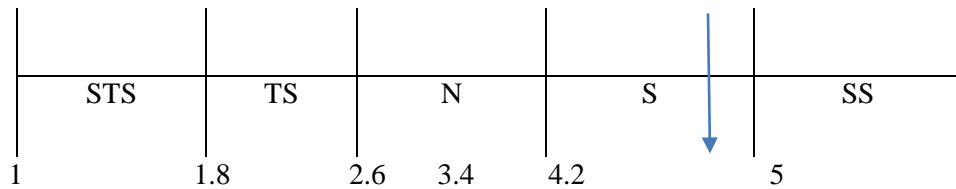
Berdasarkan hasil tabel menunjukkan bahwa nilai rata-rata skor loyalitas konsumen dalam melakukan pembelian berulang memperoleh hasil sebesar 3,84. Hasil tersebut menunjukkan bahwa rentang skala berada pada posisi setuju yaitu diantara 3,4 – 4,2. Ini berarti sebagian besar nasabah setuju bahwa nasabah selalu ingin membeli produk di Prudential.



(2) Pembelian Antarlini Produk dan Jasa

No.	Keterangan	Nilai rata-rata skor
1	Pembelian produk baru yang dikeluarkan oleh Prudential	3,96
	total	3,96

Rata-rata skor = 3,96

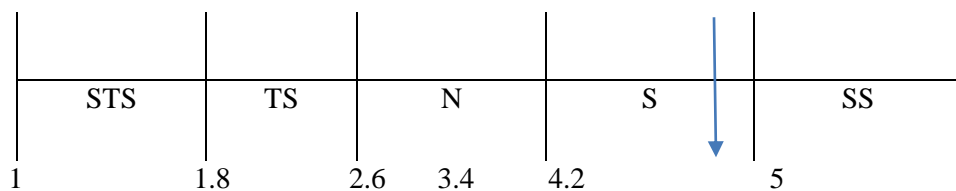


Berdasarkan hasil tabel menunjukkan bahwa nilai rata-rata skor loyalitas konsumen dalam pembelian antarlini produk dan jasa memperoleh hasil sebesar 3,96. Hasil tersebut menunjukkan bahwa rentang skala berada pada posisi setuju yaitu diantara 3,4 – 4,2. Ini berarti sebagian besar nasabah setuju bahwa nasabah mau membeli setiap produk baru yang dikeluarkan oleh Prudential.

(3) Mereferensikan Kepada Orang Lain

No.	Keterangan	Nilai rata-rata skor
1	Memberikan rekomendasi positif kepada orang lain	3,86
2	Mengajak orang lain untuk menabung bersama di Prudential	4,09
	total	7,95

Rata-rata skor = $7,95/2 = 3,98$



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

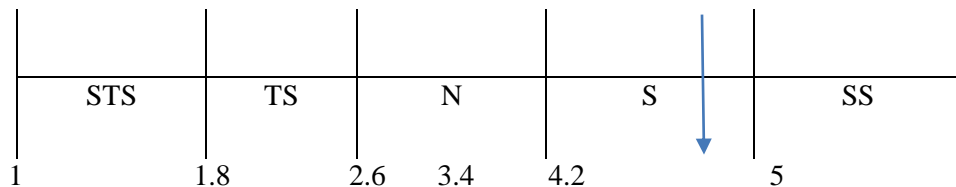
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Berdasarkan hasil tabel menunjukkan bahwa nilai rata-rata skor loyalitas konsumen dalam mereferensikan kepada orang lain memperoleh hasil sebesar 3,98. Hasil tersebut menunjukkan bahwa rentang skala berada pada posisi setuju yaitu diantara 3,4 – 4,2. Ini berarti sebagian besar nasabah setuju untuk memberikan rekomendasi positif kepada orang lain dan bersedia untuk mengajak orang lain untuk menabung bersama di Prudential.

(4) Menunjukkan Kekebalan Terhadap Pesaing

No.	Keterangan	Nilai rata-rata skor
1	Tetap membeli produk asuransi di Prudential walaupun ada tawaran yang lebih menarik dari produk perusahaan asuransi lain yang sejenis	3,83
	total	3,83

Rata-rata skor = 3,83



Berdasarkan hasil tabel menunjukkan bahwa nilai rata-rata skor loyalitas konsumen dalam menunjukkan kekebalan terhadap pesaing memperoleh hasil sebesar 3,83. Hasil tersebut menunjukkan bahwa rentang skala berada pada posisi setuju yaitu diantara 3,4 – 4,2. Ini berarti sebagian besar nasabah setuju untuk tetap membeli produk asuransi di Prudential walaupun ada tawaran yang lebih menarik dari produk perusahaan asuransi lain yang sejenis.



2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 4.7
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	.0E-7
Parameter ^{a,b}	Std. Deviation	.65672030
Most Extreme Differences	Absolute	.119
	Positive	.051
	Negative	-.119
Kolmogorov-Smirnov Z		1.188
Asymp. Sig. (2-tailed)		.119

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Pada tabel hasil output SPSS di atas nilai Most Extreme Differences Absolute merupakan nilai pada uji normalitas, nilai *asymptotic significant* pada uji terhadap masing-masing variabel di atas adalah 0,119 artinya ($p > 0,05$), maka cukup bukti untuk menerima H_0 , dimana data terdistribusi secara normal.



b. Uji Autokolerasi

Tabel 4.8
Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.09809
Cases < Test Value	49
Cases >= Test Value	51
Total Cases	100
Number of Runs	54
Z	.607
Asymp. Sig. (2-tailed)	.544

a. Median

Pada hasil output SPSS di atas uji autokorelasi menggunakan uji *runs test* menunjukkan hasil nilai *asymtotic significant* sebesar 0.544 (> 0.05), maka hipotesis nol (H_0) diterima dimana tidak ada autokorelasi. Dengan demikian, data yang dipergunakan cukup random sehingga tidak terdapat masalah autokorelasi pada data yang diuji.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.9

Correlations

		Kualitas Layanan	absres
Kualitas Layanan	Correlation Coefficient	1.000	-.072
	Sig. (2-tailed)	.	.476
	N	100	100
	Correlation Coefficient	-.072	1.000
absres	Sig. (2-tailed)	.476	.
	N	100	100

Pada hasil output SPSS di atas uji heteroskedastisitas menggunakan uji korelasi Spearman dimana pengujian antara variabel X yang merupakan kualitas layanan dengan absolut residual menunjukkan bahwa nilai *significant* sebesar 0,476 ($> 0,05$), maka hipotesisnya nol (H_0) diterima dimana tidak adanya heteroskedastisitas, hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan memiliki kesamaan variance yang tetap terhadap loyalitas layanan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Koefisien Determinasi

Tabel 4.10

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.277 ^a	.077	.067	.66006

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Pada tabel 4.8 bahwa nilai *R Square* adalah sebesar 0,077 yang berarti bahwa variabel independent (kualitas layanan) dapat menjelaskan sebesar 7,7%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor yang tidak diteliti. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas nasabah.

Koefisien Korelasi

Tabel 4.11

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.277 ^a	.077	.067	.66006

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber : data kuesioner yang diolah.

Berdasarkan tabel model summary diatas, didapat hasil R sebesar 0,277 dalam hubungan linear X dan Y artinya keeratan hubungan antara variabel kualitas layanan dengan loyalitas konsumen dikatakan tergolong rendah.





5. Analisa Regresi

Ⓒ Berikut ini adalah hasil uji pengaruh variabel kualitas layanan (variabel independent) terhadap loyalitas nasabah (variabel dependen) :

Tabel 4.12

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.963	.340		8.710	.000
Kualitas Layanan	.261	.091	.277	2.858	.005

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber : data kuesioner yang diolah

Berdasarkan tabel koefisien (a) diatas maka didapat persamaan regresi linear sederhananya adalah sebagai berikut :

$$Y = 2,963 + 0,261 X$$

Dimana Y merupakan tingkat loyalitas nasabah dan X adalah variabel kualitas layanan.

Pada keluaran komputer diatas juga ditunjukkan nilai tersebut signifikan (P-Value) adalah $0,005 < \alpha$ (5%) maka tolak H0 yang berarti bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah,.

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen berdasarkan koefisiennya yang didapat dari persamaan regresi linear sederhananya dimana kualitas layanan menunjukkan koefisien positif, maka terdapat adanya persamaan hipotesis yaitu terdapat pengaruh yang positif antara kualitas layanan PT Prudential Life Assurance terhadap loyalitas nasabah.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka dapat dikemukakan saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan, yaitu :

1. Sebaiknya perusahaan pihak manajemen PT Prudential Life Assurance tetap mempertahankan kualitas layanan yang diberikan, karena berdasarkan hasil analisis kuesioner menunjukkan nilai rata-rata setuju.
2. Karena adanya pengaruh yang signifikan dari kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen maka sebaiknya pihak manajemen PT Prudential Life Assurance harus dapat lebih ditingkatkan lagi, karena adanya pengaruh dalam peningkatan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen. Kualitas layanan yang diberikan dapat menciptakan loyalitas nasabah yang superior, dengan begitu tingkat loyalitas nasabah pun menjadi lebih meningkat.
3. Dan untuk penelitian yang lebih baik, maka untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel atau indikator baru, karena masih terdapat faktor diluar kualitas layanan yang mempengaruhi loyalitas konsumen PT Prudential Life Assurance seperti faktor harga, faktor citra merek, faktor social dan faktor-faktor lainnya.

Selama pembuatan skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :



1. Bapak Dergibson Siagian, Ir., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membantu menyelesaikan dan menyusun skripsi ini sehingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya.
2. Seluruh dosen Kwik Kian Gie School of Business yang telah memberikan ilmunya selama mengajar di perkuliahan.
3. Mami, Papi, Popo, Mario dan keluarga yang telah memberikan dorongan semangat selama pembuatan skripsi ini.
4. Marcella Endah, Thjin Irene dan Steven Hans selaku teman seperjuangan penulis yang telah membantu dan memberikan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Terttia Devina selaku teman penulis yang telah menemani, mendengarkan dan memberikan dorongan serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu-persatu yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 7.

DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Buku

- Endo Wijaya Kartika dan Thomas S. Kaihatu (2008), Skripsi: Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Laundry 5ASEC Surabaya, Universitas Kristen Petra
- Gozali, Imam (2013), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, Edisi Ketujuh, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Griffin, Jill (2005), *Customer Loyalty, Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Jilid 1, Terjemahan Bob Sabran, M.M. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2013), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Jilid 2, Terjemahan Bob Sabran, M.M. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Estien Herlistyani, Yunus Winoto dan Asep Saeful Rohman (2012), Skripsi: Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Informasi Telkom Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Speedy Kepada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. Universitas Padjadjaran





Malhotra, Naresh K (2005), *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*, Edisi Keempat, Jilid 1, Jakarta: Penerbit PT Indeks

Rangkuti, Freddy (2003), *Measuring Customer Satisfaction*, Cetakan Kedua, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Rana Sasmita, Zainul Arifin dan Sunarti (2013), Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah, Universitas Brawijaya

Shamora, Bilson (2001), *Remarketing for Business* : Sebuah Pendekatan Riset, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Umum

Sugiyono (2014), *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi Kedua, Bandung: Alfabeta, CV

Tuhtono, Fandy (2009), *Service Marketing : Esensi dan Aplikasi*, Yogyakarta: Penerbit Marknesis

Umar, Husein (2010), *Desain Penelitian Manajemen Strategik : Cara Mudah Meneliti Masalah-Masalah Strategik untuk Skripsi, Tesis, dan Praktik Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers

Sumber Internet

www.prudential.co.id

Herubis, 2010, www.repository.usu.ac.id/bitstream/.../4/Chapter%20II.pdf

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.