



PENGARUH PRODUK PRU HOSPITAL AND SURGICAL COVER DAN LAYANAN TENAGA PEMASAR TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI WILAYAH JAKARTA UTARA

Mario Dwi Saptopo/23100504

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

Dr. Tony Sitinjak

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

ABSTRACT

Mario Dwi Saptopo / 23100504/2016 / Effect of PRU Hospital and Surgical Products and Services Cover Power Marketers on Customer Satisfaction in North Jakarta / Preceptor:

Dr. Tony Sitinjak.

Insurance is one of the services that give many benefits and is expected to accommodate the many risks to the survival of the family. But at present there are still many people who do not realize the importance of insurance, this is caused by several factors. The formulation of the problem in this research is the extent to which factors one PRU Hospital and Surgical product and service marketers Cover effect on customer satisfaction. This study aims to determine and explain the influence of PRU Hospital and Surgical Products and Services Cover Power Marketers on Customer Satisfaction.

Research by the author is about the effect of Products and Services to Customer Satisfaction with reference to marketing theory, namely Products, Services, and Customer Satisfaction.

Methods This study used a survey approach and descriptive research. The sampling method used is non-probability sampling with judgmental sampling type, with a sample of 100 respondents productive age people in North Jakarta. Analysis of the data used to test each variable and hypothesis testing using application software IBM SPSS version 20.

To support this research, conducted several tests to prove that the products and services affect the customer satisfaction. Tests conducted in this study is the frequency, the analysis of regression, coefficient of determination, and classical assumption.

From the results of research conducted shows that the PRU Hospital and Surgical Products Cover positive and significant impact on the Customer Satisfaction and Service Workers marketer, but remain significantly negative effect on customer satisfaction. So for companies PT. Prudential Life Assurance must be able to maintain and improve the quality of performance marketers to conduct training and selection in order to enhance good relations to its customers and prospective customers of PT. Prudential Life Assurance.

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

ABSTRAK

Mario Dwi Saptopo / 23100504 / 2016 / Pengaruh Produk PRU Hospital and Surgical Cover dan Layanan Tenaga Pemasar terhadap Kepuasan Pelanggan di daerah Jakarta Utara
Pembimbing : Dr. Tony Sitinjak.

Asuransi merupakan salah satu bentuk jasa yang memberikan banyak manfaat baik dan diharapkan dapat menampung sekian banyak resiko untuk kelangsungan hidup keluarga. Tetapi pada masa sekarang masih banyak masyarakat yang belum sadar akan pentingnya asuransi, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor. Perumusan masalah di penelitian ini yaitu sejauh mana faktor salah satu produk PRU Hospital and Surgical Cover dan layanan tenaga pemasar berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menjelaskan pengaruh antara Produk PRU Hospital and Surgical Cover dan Layanan Tenaga Pemasar terhadap Kepuasan Pelanggan.

Penelitian yang dilakukan penulis adalah mengenai pengaruh Produk dan Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan mengacu pada teori pemasaran, yaitu Produk, Layanan, dan Kepuasan Pelanggan.

Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan survei dan jenis penelitian deskriptif. Metode pengambilan sample yang digunakan yaitu *non-probability sampling* dengan jenis *judgemental sampling*, dengan sample sebanyak 100 responden masyarakat usia produktif di Jakarta Utara. Analisis data yang digunakan untuk menguji masing-masing variabel dan pengujian hipotesis menggunakan aplikasi Software IBM SPSS versi 20.

Untuk mendukung penelitian ini maka dilakukan beberapa pengujian untuk membuktikan bahwa Produk dan Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan. Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah frekuensi, analisis regresi, koefisien Determinasi, dan uji asumsi klasik.

Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Produk PRU Hospital and Surgical Cover berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Layanan Tenaga Pemasar berpengaruh negatif tetapi tetap signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Maka untuk perusahaan PT. Prudential Life Assurance harus tetap dapat mempertahankan dan meningkatkan mutu kinerja tenaga pemasar dengan melakukan pelatihan-pelatihan dan penyeleksian agar dapat meningkatkan hubungan yang baik kepada para nasabah dan calon nasabah PT. Prudential Life Assurance.





A. Latar Belakang Masalah

Secara khusus, tujuan dari asuransi jiwa adalah untuk mengganti kerugian finansial dari individu, keluarga dan perusahaan yang timbul pada waktu sumber daya manusia sakit, cacat atau meninggal. 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. Cara menjual produk asuransi sedikit berbeda dengan produk lain.

Hal tersebut antara lain karena produk asuransi menjual risiko, dimana hal tersebut umumnya belum dialami oleh konsumen. Sedangkan konsumen sudah harus menyerahkan sejumlah uang dalam kurun waktu tertentu secara rutin. Oleh karena itu, secara umum tenaga penjual asuransi umumnya mengandalkan referensi dari konsumen lama. Kondisi demikian mengungkapkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan berorientasi pada penciptaan dan peningkatan kepuasan. PRU hospital and surgical cover adalah pengcoveran dalam bentuk kartu dimana dapat di klaim saat kita berada di rawat inap suatu rumah sakit yang ditentukan oleh pihak PT. Prudential Life Assurance tanpa memerlukan pembayaran tunai di saat kita membutuhkan. Banyak masyarakat yang menggunakan kartu ini, akan tetapi banyak juga masyarakat yang belum mengetahui keberadaan dan kegunaan kartu tersebut. Menurut PT. Prudential Life Assurance, manfaat di dalam kartu tersebut sangat-sangatlah membantu masyarakat dalam meringankan beban dan biaya di saat kita dalam keadaan yang kita tidak inginkan seperti rawat inap di dalam suatu rumah sakit.

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengapa Masyarakat belum menyadari akan pentingnya asuransi bagi diri sendiri dan keluarga untuk menjaga Financial suatu keluarga?
2. Mengapa banyak masyarakat yang tidak berinisiatif untuk membeli asuransi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya?
3. Bagaimana cara tenaga pemasar melakukan pendekatan dan pelayanan yang baik untuk para masyarakat yang ingin memiliki asuransi untuk kebutuhan hidup?
4. Apa faktor yang mempengaruhi masyarakat sehingga membeli asuransi yang memiliki kartu PRU Hospital and Surgical Cover?
5. Apa yang menjadi kendala seorang tenaga pemasar untuk mendapatkan seorang konsumen dan referensi dari konsumen tersebut?
6. Bagaimana upaya dalam menghadapi kendala untuk mendapatkan konsumen dan referensi dari konsumen di PT. Prudential Life Assurance?

C. BATASAN MASALAH

Dari identifikasi masalah diatas maka penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara tenaga pemasar melakukan pendekatan dan pelayanan yang baik untuk para masyarakat yang ingin memiliki asuransi untuk kebutuhan hidup?
2. Apa faktor yang mempengaruhi masyarakat sehingga membeli asuransi yang memiliki kartu PRU Hospital and Surgical Cover?



3. Apa yang menjadi kendala seorang tenaga pemasar untuk mendapatkan seorang konsumen dan referensi dari konsumen tersebut?

4. Bagaimana upaya dalam menghadapi kendala untuk mendapatkan konsumen dan referensi dari konsumen di PT. Prudential Life Assurance?

D. BATASAN PENELITIAN

Dalam menyusun skripsi ini, penulis membatasi penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut:

1. Objek Penelitian ini adalah nasabah PT. Prudential Life Assurance dan yang bukan termasuk nasabah PT. Prudential Life Assurance.

2. Ruang Lingkup penelitian berada di wilayah Jakarta Utara

3. Penelitian dilakukan kepada subjek penelitian yaitu masyarakat yang memiliki maupun tidak memiliki Asuransi PRU Hospital and Surgical cover di wilayah Jakarta Utara dan dibatasi jumlah responden sebanyak 100 orang dengan cara mengisi kuisioner.

4. Periode penelitian dilakukan mulai September 2015

E. RUMUSAN MASALAH

PT. Prudential Life Assurance Indonesia merupakan salah satu perusahaan asuransi besar di Indonesia. Saat ini menguasai pasar asuransi jiwa kurang lebih sebesar 16,6% dan banyak memperoleh penghargaan, Sumber Majalah Investor 2015. Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka perumusan masalah yang diajukan sebagai berikut:

1. Pengaruh PRU hospital and surgical cover kepada masyarakat usia produktif terhadap kepuasan pelanggan di daerah Jakarta Utara?

2. Pengaruh layanan tenaga pemasar kepada masyarakat usia produktif terhadap kepuasan pelanggan di daerah Jakarta Utara?

F. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh PRU hospital and surgical cover kepada masyarakat usia produktif di daerah Jakarta Utara.

2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan tenaga penjual kepada masyarakat usia produktif terhadap kepuasan pelanggan di daerah Jakarta Utara.

G. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Menambah bukti empiris mengenai layanan tenaga penjual terhadap kepuasan pelanggan sehingga Teori Manajemen Pemasaran, khususnya perilaku konsumen semakin berkembang.

2. Memberikan informasi dan referensi bagi masyarakat mengenai kegunaan salah satu produk yang ada di Perusahaan PT. Prudential Life Assurance, yaitu PRU hospital and surgical cover yang dapat digunakan di semua kalangan masyarakat usia produktif dan memberikan sebuah nilai apakah produk tersebut memberikan suatu kepuasan pelanggan tersendiri atau tidak.

A. TINJAUAN PUSTAKA

1. PRODUK

Produk adalah elemen penting dalam keseluruhan penawaran pasar. Perencanaan bauran pemasaran dimulai dengan merumuskan penawaran berupa produk yang dapat memberi nilai kepada pelanggan yang menjadi sasaran.

b. Tingkatan Produk

(1) Nilai Inti Pelanggan (core customer value)

(2) Produk yang sebenarnya (actual produk)

(3) Produk yang ditingkatkan (augmented product)

c. Klasifikasi Produk



- (1) Barang-barang yang tidak tahan lama (Nondurable Goods)
- (2) Barang tahan lama (Durable Goods)
- (3) Jasa (service)

2.LAYANAN (Jasa)

Pengertian jasa menurut Freddy Rangkuti (2003 : 26), adalah jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, di mana interaksi antara pembeli jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.

Sedangkan pengertian jasa menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2013 : 36), jasa merupakan semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

b. Kategori-kategori Bauran Jasa

1. Produk berwujud murni
2. Produk berwujud yang disertai jasa
3. Hybrid
4. Jasa utama yang disertai barang dan layanan jasa yang sangat kecil.
5. Layanan murni

c. Karakteristik jasa

- a. Intangibility
- b. Inseparability
- c. Variability
- d. Perishability

3.KEPUASAN PELANGGAN

Pengertian kepuasan pelanggan (consumer satisfaction) menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009 : 14), adalah bahwa kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pembeli, di mana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian.

Sedangkan kepuasan pelanggan menurut Tjiptono dkk (2009 : 433) dalam jurnalnya, kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.

b. Mengukur dan memantau kepuasan pelanggan

- (1) Sistem keluhan dan saran
- (2) Berpura-pura menjadi pembeli (ghost shopping)
- (3) Lost customer analysis
- (4) Survei kepuasan pelanggan

c. Strategi kepuasan pelanggan

- (1) Relationship marketing
- (2) Unconditional Service Guarantees
- (3) Superior Customer Service
- (4) Penanganan keluhan yang efisien
- (5) Peningkatan kinerja perusahaan



B. Penelitian Terdahulu

| NO. | NAMA | JUDUL | VARIABEL | HASIL PENELITIAN |
|-----|-------------------------------------|---|--|--|
| 1. | Gantara, Kumadji, & Yulianto (2013) | Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang Pengguna Kartu Seluler IM3) | Variabel dependen : Kepuasan pelanggan & Loyalitas pelanggan. Variabel independen : Kualitas layanan & perceived value | Variabel kualitas pelayanan berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel perceived value berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas layanan berpengaruh langsung secara signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Variabel perceived value berpengaruh langsung secara tidak signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. |
| 2. | Wibowo (2001) | Analisis Pengaruh Kinerja Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Kesetiaan Pelanggan (Studi kasus pada P.T Clariant Indonesia). | Variabel dependen : Kepuasan pelanggan & Loyalitas pelanggan Variabel independen : Kinerja produk & kualitas pelayanan. | Variabel kinerja produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. |
| 3. | Nidaru Prasastono dan Sri Yulianto | Pengaruh kualitas produk dan kualitas | Variabel dependen: kepuasan | Kualitas produk berpengaruh positif |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

2. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

3. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

4. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin IBIKKG.

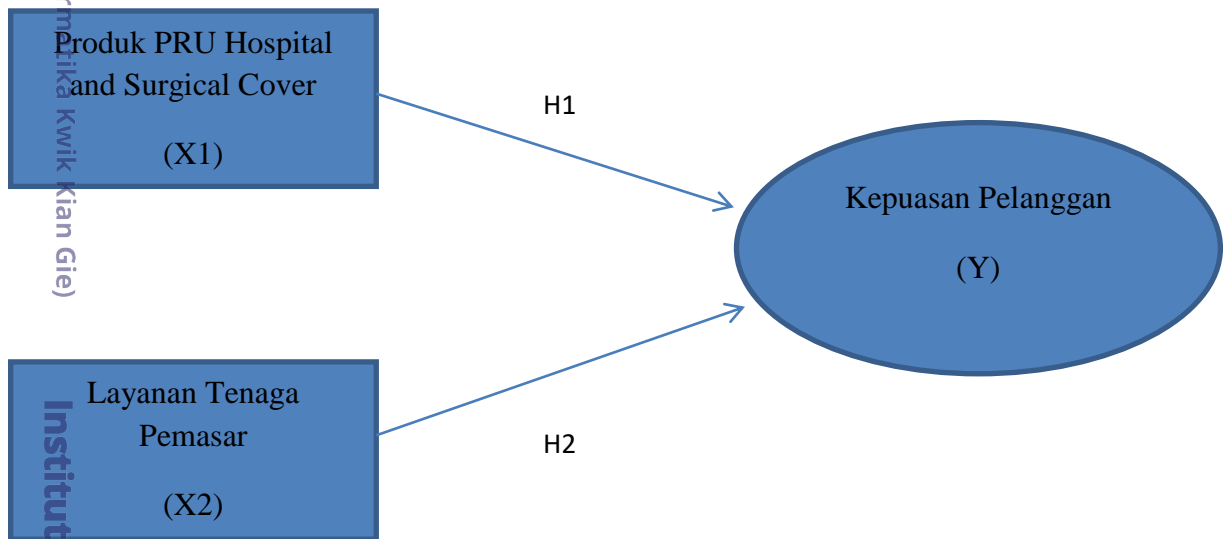


| | | | | |
|---|---|---|--|--|
| <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p> | <p>Fajar Pradapa</p> <p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> | <p>layanan terhadap kepuasan konsumen (studi khusus pada kentucky fried chicken semarang candi)</p> | <p>konsumen</p> <p>Variabel independen: kualitas produk dan kualitas layanan</p> | <p>terhadap kepuasan konsumen.</p> <p>Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.</p> |
|---|---|---|--|--|

C Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1

KERANGKA PEMIKIRAN



Produk dan Layanan yang baik akan memberikan suatu rasa kepuasan tersendiri bagi pelanggan yang sudah maupun belum merasakan produk dan layanan dari PT. Prudential Life Assurance tersebut. Maka perusahaan akan terus meningkatkan mutu dan kualitas produk dan layanan bagi masyarakat yang sudah maupun yang belum memiliki produk Pru Hospital and Surgical Cover ini agar menjadi suatu kepentingan bagi kehidupan seseorang tersebut dan bagi semua kalangan keluarga yang memiliki inisiatif tinggi kepada diri pribadi dan keluarga untuk memiliki suatu produk yang memiliki mutu dan kualitas tinggi dan menjalin hubungan jangka panjang kepada seorang Tenaga Pemasar di PT. Prudential Life Assurance.

D. Hipotesis

Hipotesis 1: Terdapat pengaruh yang positif antara produk Pru Hospital and Surgical Cover terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hipotesis 2: Terdapat pengaruh yang positif antara layanan tenaga pemasar PT. Prudential Life Assurance terhadap Kepuasan Pelanggan.



METODE PENELITIAN

A. Obyek Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah nasabah PT. Prudential Life Assurance dan yang bukan nasabah PT. Prudential Life Assurance yang beralamat di ONE FAVOR PRUDENTIAL CENTRE, KOTA KASABLANKA LT.5 UNIT B, JL.KASABLANKA RAYA KAV.88, JAKARTA SELATAN.

B. Desain Penelitian

1. Tingkat perumusan masalah
2. Metode pengumpulan data
3. Tujuan penelitian
4. Dimensi waktu
5. Ruang lingkup topik bahasan
6. Ruang lingkup lingkungan penelitian

C. Variabel penelitian

1. Variabel bebas (Independent Variable)

Sugiyono (2014 : 96) mendefinisikan variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah produk PRU Hospital and Surgical Cover (X1) dan Layanan Tenaga Pemasar (X2).

2. Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat merupakan variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel yang digunakan adalah variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner tentang produk PRU Hospital and Surgical Cover dan Layanan Tenaga Pemasar terhadap Kepuasan Pelanggan

E. Teknik Pengumpulan Sampel

1. Unsur Populasi

Dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti oleh penulis adalah PT. Prudential Life Assurance.

2. Unsur Sampel

Dalam penelitian ini penulis menetapkan sampel yang akan diambil adalah responden pengguna jasa dan bukan pengguna jasa asuransi PT. Prudential Life Assurance wilayah Jakarta Utara.

3. Ukuran sampel

Dalam penelitian ini, pra kuisisioner yang akan disebarakan sebanyak 30 lembar. Kuisisioner produk dan layanan untuk menghasilkan kepuasan sebanyak 100 lembar yang akan dibagikan kepada para konsumen.



4. Cara Penentuan Sampel

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 terdapat elemen populasi yang dipilih berdasarkan judgement peneliti. Peneliti dengan judgement atau keahliannya memilih elemen-elemen tersebut mewakili atau memang sesuai dengan populasi yang sedang diteliti.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

F.

Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

- Validitas
- Reliabilitas

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik yang digunakan terhadap data penelitian adalah:

- Uji Normalitas
- Uji Autokorelasi
- Uji Heterokedastisitas

3. Koefisien Determinasi (R²)

4. Koefisien Korelasi

5. Analisis Regresi Linear Berganda

6. Analisis Statistik Deskriptif

G.

Pengukuran Skala

1. Skala Likert

- Skor Rata-rata
- Rentang Skala

A.

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

1. Sejarah Perusahaan

PT. Prudential Life Assurance Indonesia didirikan pada tahun 1995, 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. Perusahaan ini juga yang pertama kali meluncurkan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (unit link) di Indonesia, yaitu tahun 1999.

2. Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam menyusun suatu struktur organisasi merupakan langkah yang sangat penting sebelum kegiatan lainnya dilaksanakan. Karena dalam kenyataan bahwa tujuan organisasi akan lebih jelas dalam hal pembagian tugas dan tanggung jawab sehingga memudahkan untuk mengarahkan dan mengawasi dalam hal pelaksanaan kegiatan yang telah direncanakan terlebih dahulu.

3. Tugas dan Wewenang Perusahaan

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.



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 kuisioner. 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 t tabel (0,361) maka indikator dinyatakan layak.

b. Uji Reliabilitas

Suatu Kuisioner dikatakan reliabel atau memiliki keandalan jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

2. Karakteristik Responden

- Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
- Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan
- Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per bulan

3. Analisis Variabel

- Penilaian pertanyaan dari variabel Produk
- Penilaian pertanyaan dari Variabel Layanan
- Penilaian pertanyaan dari variabel Kepuasan Pelanggan

4. Analisis Pengaruh Antar Variabel Penelitian

- Uji keberartian Model (Uji F)
- Uji Analisis Regresi Linear Berganda (Uji-t)
- Uji Koefisien Determinasi (R²)
- Uji Koefisien Korelasi

5. Hasil Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas
- Uji Autokorelasi
- Uji Heteroskedastisitas

C. Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis di atas, maka hasil penelitian yang didapat adalah sebagai berikut:

- Berdasarkan jenis kelamin responden, terdapat perbedaan antara responden laki-laki dan perempuan. Hal ini terlihat dari jumlah responden laki-laki sebanyak 40 responden, sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 60 responden. Dimana lebih cenderung mayoritas kepada perempuan.
- Berdasarkan usia responden mayoritas lebih cenderung kepada usia 20-30 tahun, hal ini dapat terlihat dari 100 responden terdapat 62 responden berusia 20-30 tahun, 29 responden berusia 30-40 tahun, dan 9 responden berusia 40-50 tahun.
- Berdasarkan pada pekerjaan responden mayoritas lebih kepada karyawan, hal ini dapat diketahui bahwa responden dengan pekerjaan sebagai karyawan memiliki

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



jumlah yang paling besar yaitu 75 responden, mahasiswa/i memiliki jumlah responden 14 responden, dan pengusaha memiliki sebanyak 11 responden.

4. Berdasarkan pada penghasilan responden lebih mayoritas pada > Rp 5.000.000, hal ini dapat diketahui bahwa responden dengan penghasilan perbulan sebesar > Rp 5.000.000 memiliki jumlah paling besar yaitu 56 responden, penghasilan Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000 memiliki jumlah responden sebanyak 44 responden, dan tidak ada responden yang memiliki penghasilan < Rp 1.000.000.

5. Variabel Produk PRU Hospital and Surgical Cover memiliki skor rata-rata sebesar 3,89375 yang berada pada rentang 3,40 – 4,20, yang artinya pelanggan setuju bahwa secara keseluruhan Produk PRU Hospital and Surgical Cover yang diberikan PT. Prudential Life Assurance sudah baik.

6. Variabel Layanan Tenaga Pemasar memiliki skor rata-rata sebesar 3,766 yang berada di rentang 3,40 – 4,20, yang artinya pelanggan setuju bahwa keseluruhan Layanan Tenaga Pemasar yang diberikan sudah baik.

7. Variabel Kepuasan Pelanggan memiliki skor rata-rata sebesar 3,701 yang berada di rentang 3,40 – 4,20, yang artinya menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan (baik yang belum memiliki polis) berada pada tingkatan setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan (baik yang belum memiliki polis) PT. Prudential Life Assurance sudah puas.

8. Berdasarkan Uji Koefisien Determinasi, dapat diketahui bahwa adjusted r square pada penelitian ini memiliki nilai sebesar 0,245 atau 24,5%. Hal ini berarti 24,5% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Produk dan Layanan, sedangkan sisanya yaitu sebesar 75,5% dijelaskan oleh faktor-faktor penyebab lainnya diluar dari model.

9. Berdasarkan Uji F, dapat dilihat bahwa nilai F hitung 17.098 dengan probabilitas 0,000. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan atau dapat dikatakan bahwa Produk dan Layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

10. Berdasarkan pada tabel 4.13, juga dapat disimpulkan bahwa:

1) Pengaruh Produk PHS terhadap kepuasan pelanggan (H1)

Besar koefisien regresi variabel Produk PHS yaitu sebesar 0,509 dengan nilai t sebesar 5,798 dan memiliki signifikansi sebesar $0,000 < \alpha(0,05)$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Produk PHS berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan.

2) Pengaruh Layanan Tenaga Pemasar terhadap kepuasan pelanggan (H2)

Besar koefisien regresi variabel layanan tenaga pemasar yaitu sebesar 0,011 dengan nilai t sebesar 0,120 dan memiliki signifikansi sebesar $0,905 > \alpha(0,05)$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



A. KESIMPULAN

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

1. Produk PRU Hospital and Surgical Cover yang diberikan PT. Prudential Life Assurance secara keseluruhan sudah baik.
2. Layanan Tenaga Pemasar yang diberikan secara keseluruhan sudah baik, akan tetapi seorang tenaga pemasar harus memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi kepada para nasabah dan para calon nasabah untuk dapat membangun rasa kepercayaan antara kedua belah pihak dan membangun hubungan dalam jangka waktu yang panjang.
3. Pelanggan yang memiliki polis maupun yang belum memiliki polis PT. Prudential life Assurance merasa puas dan merasa terlindungi.
4. Produk dan Layanan terbukti berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, terdapat beberapa hal yang disarankan oleh penulis, adapun saran-saran tersebut adalah:

1. Sebaiknya pihak perusahaan PT. Prudential Life Assurance tetap selalu mempertahankan dan meningkatkan Produk dan layanan tenaga pemasar tersebut kepada para nasabah dan calon nasabah, sehingga tetap terjaga pula hubungan yang baik antara pelanggan dengan perusahaan, karena berdasarkan hasil analisis kuisisioner menunjukkan nilai rata-rata pelanggan setuju dengan adanya produk dan layanan ini untuk menjaga resiko yang tidak diinginkan.
2. Sebaiknya pihak perusahaan PT. Prudential Life Assurance selalu memperbaiki kinerja para tenaga pemasar dengan memberikan pelatihan-pelatihan yang membuat tenaga pemasar bisa berkembang dan mengutamakan tanggung jawab dan menyeleksi tenaga pemasar yang memiliki kinerja yang kurang dan memiliki kinerja yang baik.
3. Dan untuk penelitian yang lebih baik, maka untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah indikator baru dalam variabel yang berbeda, karena masih terdapat faktor diluar Produk PRU Hospital and Surgical Cover dan Layanan Tenaga Pemasar yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan seperti faktor produk lain yang dimiliki PT. Prudential Life Assurance, faktor harga, faktor citra merek, faktor sosial, dan faktor-faktor lainnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Buku

- Ghozali, Imam (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi Kelima, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam (2013), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, Edisi Ketujuh, Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro
- Hutomo Putra (2014), Skripsi: Pengaruh Kualitas layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Loteria Kelapa Gading, Kwik Kian Gie School of Business
- Handi Irawan. (2009), *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, (2012), *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane (2009), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Jilid 1, Terjemahan Bob Sabran, M.M. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane (2013), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Jilid 2, Terjemahan Bob Sabran, M.M. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- 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
- Ridwan Setyadi (2009), *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Bober Café*. FPIPS UPI. Bandung: Tidak Diterbitkan
- Simamora, Bilson (2001), *Remarketing for Business : Sebuah Pendekatan Riset*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono (2014), *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi Kedua, Bandung: Alfabet, CV
- Tjiptono, 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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KIG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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. Sumber Internet

- www.prudential.co.id
- www.google.com

PENGARUH PRODUK PRU Hospital and Surgical Cover dan LAYANAN TENAGA PEMASAR terhadap KEPUASAN PELANGGAN DI WILAYAH JAKARTA UTARA

Nama :
Tempat dan Tanggal Lahir :
No. Telp :

KUISIONER

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business yang sedang menyusun skripsi tentang “Pengaruh Produk PRU Hospital and Surgical Cover dan Layanan Tenaga Pemasar PT. Prudential Life Assurance terhadap Kepuasan Pelanggan di Wilayah Jakarta Utara”. Oleh karena itu saya mohon kesediaan dan kesungguhan saudara untuk mengisi kuisisioner ini. Terima kasih atas kerjasamanya.

Berilah tanda centang (✓) untuk pilihan dibawah ini:

- Bagian 1
 - 1 Pria Wanita
 - 2 20-30 31-40 41-50
 - 3 Mahasiswa Karyawan Pengusaha
 - 4 Penghasilan per-bulan
 - < 1 juta 3 juta – 5 juta > 5 juta
- Bagian 2
 - SS = Sangat Setuju
 - S = Setuju
 - N = Netral
 - TS = Tidak Setuju
 - STS = Sangat Tidak Setuju

| Dimensi | No | VARIABEL | PERNYATAAN | | | | |
|----------------------------|----|---|------------|----|---|---|----|
| | | | STS | TS | N | S | SS |
| | | Produk PRU Hospital & Surgical Cover | | | | | |
| Performance (Prestasi) | 1 | Prudential memiliki produk PRU Hospital & Surgical Cover yang sangat membantu | | | | | |
| | 2 | Dapat dengan mudah cara pengklaimannya | | | | | |
| Reliability (Keandalan) | 3 | PRU Hospital & Surgical Cover dapat digunakan tanpa mengeluarkan uang muka | | | | | |

1. Dilarang menghutip 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.

© Hakipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



| | | | | | | | |
|---|-----------------------------|---|--|--|--|--|--|
| <p>© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian menyalin tanpa mencantumkan sumber dan menyebutkan sumber.</p> | 4 | Dapat digunakan saat waktu yang dibutuhkan (Mendadak) | | | | | |
| | Conformance (Kesesuaian) | 5 | Manfaat yang diberikan sesuai dengan Premi yang disetujukan | | | | |
| | | 6 | Harga Kamar sama dengan Harga Manfaat yang di ambil | | | | |
| | Design (Bentuk) | 7 | PRU Hospital & Surgical Cover dapat di bawa kemana-mana dengan praktis | | | | |
| 8 | | Merupakan Kartu Sakti yang dapat mengcover biaya Rawat Inap | | | | | |

| Dimensi | No | VARIABEL | PERNYATAAN | | | | |
|-----------------------------------|----|--|------------|----|---|---|----|
| | | | STS | TS | N | S | SS |
| | | <p>Layanan Tenaga Pemasar PT.</p> <p>Prudential life Assurance</p> | | | | | |
| Reability (Keandalan) | 1 | Tenaga pemasar mampu menyelesaikan masalah dengan baik | | | | | |
| | 2 | Kesesuaian layanan sesuai dengan janji yang ditawarkan | | | | | |
| Responsive-ness (Daya Tanggap) | 3 | Kecepatan tenaga pemasar Prudential dalam menangani keluhan dan klaim pelanggan | | | | | |
| | 4 | Daya tanggap tenaga pemasar dalam melayani permintaan pelanggan | | | | | |
| Assurance | 5 | Tenaga pemasar memiliki ketrampilan dan | | | | | |

- 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.



| | | | | | | | | |
|--|------------------------------|----|---|--|--|--|--|--|
| © Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) | (Jaminan) | | pengetahuan | | | | | |
| | | 6 | Perusahaan memiliki reputasi yang baik | | | | | |
| 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. | Empathy (Empati) | 7 | Menangani kebutuhan dan keinginan pelanggan | | | | | |
| | | 8 | Perhatian dan kepedulian tenaga pemasar dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen | | | | | |
| | | 9 | Tenaga Pemasar Prudential mudah ditemui | | | | | |
| 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG. | Tangible (Benda Berwujud) | 10 | Penampilan atau kerapihan tenaga pemasar Prudential | | | | | |

| Dimensi | No | VARIABEL | PERNYATAAN | | | | |
|---|----|--|------------|----|---|---|----|
| | | | STS | TS | N | S | SS |
| Comfortable (nyaman) | 1 | Tenaga Pemasar selalu melakukan komunikasi dengan Pelanggan dengan baik | | | | | |
| | 2 | Mempunyai nilai sikap yang baik | | | | | |
| Customer expectation (Harapan Pelanggan) | 3 | Layanan yang diberikan sesuai harapan pelanggan | | | | | |
| | 4 | Kinerja tenaga pemasar sesuai dengan harapan pelanggan | | | | | |
| Easiness (Kemudahan) | 5 | Dapat dijangkau dimana saja | | | | | |
| | 6 | Kemudahan dalam mendapatkan layanan yang sesuai dengan prosedur perusahaan | | | | | |



| | | | | | | | |
|---------------------|----|---|--|--|--|--|--|
| Price (Harga) | 7 | Harga yang diberikan sesuai dengan hasil layanan | | | | | |
| | 8 | Harga yang sesuai dengan harapan pelanggan | | | | | |
| | 9 | Kepuasan mendapatkan garansi jangka pendek untuk layanan ukuran kecil / berkala | | | | | |
| Guarantee (Garansi) | 10 | Kepuasan mendapatkan garansi jangka panjang untuk layanan ukuran besar | | | | | |

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin, 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.