

***EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY PT. JIWASRAYA INSURANCE (PERSERO) PADANG BRANCH. SUPERVISED***

Mulya Hasri<sup>1)</sup>

Samsir<sup>2)</sup>

Kasman Arifin ZA<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Riau

<sup>2),3)</sup> Dosen Program Pascasarjana Universitas Riau

**Abstract.** *The level of competition in the insurance industry is currently increasingly showing improvement. This is seen from the number of companies offering life insurance services in Indonesia, especially in Padang, West Sumatra. Therefore, to be able to survive in the life insurance industry, Jiwasraya must be able to maintain customers and increase the number of customers. One strategy is to improve service quality. Because this will be able to shape customer satisfaction and loyalty.*

*This research will be carried out by the Jiwasraya insurance customer in Padang Branch. Research location spread in the Padang Branch Area, with a sample of 100 customers. The data collection technique used is using a questionnaire. Whereas for analyzing data, the SPSS 17.00 for Windows and SmartPLS programs are used.*

*The results of this study indicate that: 1) service quality affects the satisfaction of Jiwasraya insurance customers 2) service quality affects the loyalty of Jiwasraya's insurance customers; 3) customer satisfaction affects the loyalty of Jiwasraya insurance customers, 4) service quality affects the loyalty of Jiwasraya's insurance customers through customer satisfaction.*

*Based on the results of the study, the company must be able to increase customer satisfaction, one of which is to improve and improve the quality of services provided to customers.*

**Keywords:** *Satisfaction Service Quality, Loyalty*

## **PENDAHULUAN**

Kebutuhan manusia akan rasa aman baik untuk masa sekarang maupun masa yang akan datang tidak akan ada habisnya. Rasa khawatir akan keselamatan hidup, kesehatan, pendidikan anak dan masa depan keluarga membuat manusia membutuhkan jaminan akan hal tersebut. Hal ini tidak lain karena rasa aman dan jaminan akan keberlangsungan suatu kehidupan adalah hal mutlak yang selalu diinginkan manusia.

Tingginya tingkat kebutuhan masyarakat akan jasa asuransi, telah menyebabkan pada saat ini banyak bermunculan perusahaan-perusahaan yang menawarkan jasa asuransi kepada masyarakat, baik yang dimiliki oleh pemerintah maupun yang dimiliki oleh swasta dalam negeri atau swasta asing. Seperti Asuransi Jiwasraya, BNI Life Insurance, Frudential, dan perusahaan asuransi jiwa lainnya. Banyaknya perusahaan yang ada pada industri asuransi, maka telah menciptakan

persaingan di antara perusahaan tersebut.

Oleh karena itu hanya perusahaan asuransi yang memiliki komitmen tinggi dan terpercaya yang akan dipilih masyarakat. Salah satu cara agar penjualan produk dan jasa perusahaan lebih unggul dibandingkan dengan para pesaingnya adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas yang memenuhi tingkat kepuasan konsumen.

PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) adalah satu-satunya perusahaan BUMN yang bergerak dibidang Jasa Asuransi Jiwa, telah memiliki reputasi handal dalam menangani masalah-masalah yang berkaitan dengan bidang usaha tersebut sehingga suatu kepercayaan yang diberikan Pemegang Polis menangani masalah Asuransi Jiwa, akan dilakukan sepenuh hati dengan harapan agar Pemegang Polis puas dengan layanan yang ada.

Asuransi Jiwasraya (Persero) tentu saja bukan satu-satunya asuransi jiwa yang ada di Indonesia. Dalam industri asuransi, maka Asuransi Jiwasraya (Persero) menghadapi beberapa asuransi jiwa lainnya, sehingga perusahaan dituntut untuk dapat menjaga loyalitas nasabah. Disaat persaingan semakin kuat, produsen berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menawarkan berbagai variasi produknya, dampaknya konsumen memiliki berbagai pilihan, kekuatan tawar menawar konsumen semakin besar, yang mendorong setiap perusahaan harus menempatkan orientasinya pada loyalitas konsumen.

Berdasarkan pada pendapat ahli di atas, maka asuransi Jiwasraya harus benar-benar memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah dalam pengajuan klaim.

Untuk menilai kualitas pelayanan, maka dapat menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Kotler, (2009), yaitu Keandalan, Responsivitas, Jaminan, Empati, Wujud.

Diantara permasalahan terkait dengan kualitas pelayanan pada Asuransi Jiwasraya adalah lambatnya pembayaran klaim polis yang belum dibayarkan dapat mengakibatkan nasabah dirugikan karena situasi tersebut. Seperti Penandatanganan SPAJ (Surat Permintaan Asuransi Jiwa) atau formulir kosong ini dapat membawa dampak merugikan calon nasabah atau nasabah. Dikhawatirkan informasi yang dituliskan dalam SPAJ atau formulir tersebut tidak sesuai dengan kondisi atau keinginan calon nasabah dan/atau nasabah yang sebenarnya. Akibat yang bisa terjadi kesalahpahaman dalam proses transaksi sampai yang terberat adalah penolakan klaim oleh perusahaan. Pada akhirnya timbul komplain nasabah kepada Tenaga pemasar yang bersangkutan maupun langsung kepada pihak Perusahaan.

Selain itu indikasi kualitas pelayanan yang lainnya adalah wujud (*tangible*) yaitu tersediannya fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi serta yang lainnya yang dapat dan harus ada dalam proses jasa. Sarana yang paling dibutuhkan dalam pelayanan Jiwasraya adalah papan pengumuman atau spanduk yang bisa menjelaskan tentang prosedur yang harus dilakukan dan persyaratan yang harus dilengkapi oleh nasabah untuk mengajukan klaim.

Berdasarkan masalah kualitas pelayanan dan juga kepuasan serta loyalitas nasabah Asuransi Jiwasraya, maka peneliti ingin mengembangkan penelitian dari beberapa penelitian.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Eliba dan Zulkarnain (2017), menunjukkan bahwa Semakin baik kualitas pelayanan, maka dapat memberikan kepuasan kepada nasabah dan pada akhirnya dapat memperbanyak jumlah nasabah, selanjutnya Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan tentu akan membuat nasabah menjadi loyal, dengan semakin baiknya pelayanan yang diberikan tentu akan meningkatkan kepuasan nasabah dan berdampak pada loyalitas nasabah terhadap perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Basyar (2017) menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan berupa kualitas interaksi dan kualitas lingkungan fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, selanjutnya variabel kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ristanti, dkk, (2011), Dari kelima dimensi kualitas pelayanan yang diteliti, yaitu bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati, diketahui hanya empati saja yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan dimensi lainnya tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Jamaluddin, dan Endang Ruswanti, (2017), dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa: pertama, tidak ada yang langsung dampak masing-masing dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, kecuali jaminan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Furi (2017) menunjukkan bahwa tidak terdapat

pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan pun tidak membuat loyalitas nasabah semakin meningkat.

Dengan perbedaan hasil penelitian tersebut, maka penulis ingin mengembangkan sebuah penelitian dari beberapa penelitian terdahulu, dengan judul penelitian: **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Padang.**

#### **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah dan kajian pustaka, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Padang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Padang?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Padang?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan melalui kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Padang?

#### **TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan pada rumusan permasalahan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Padang.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT Asuransi

Jiwasraya (Persero) Cabang Padang

3. Untuk menganalisis Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Padang.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan melalui kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Padang.

#### **MANFAAT PENELITIAN**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Secara Teoritis**

Adapun manfaat penelitian secara teoritis adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya Manajemen Pemasaran terutama bagi akademisi yang ingin menganalisis tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah asuransi.
- b. Penelitian ini diharapkan akan menambah wawasan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran, khususnya tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah asuransi.
- c. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran dan menjadi tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti permasalahan pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Dan loyalitas nasabah Pada Asuransi Jiwasraya.

##### **2. Manfaat Secara Praktis**

Adapun manfaat penelitian secara praktis adalah sebagai berikut:

- a. Melalui penelitian ini, diharapkan Asuransi Jiwasraya mampu memberikan masukan tentang pelayanan yang maksimal kepada nasabah, baik dalam pengajuan premi, maupun dalam pelayanan administrasi lainnya. Sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah Asuransi Jiwasraya.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat dalam memperdalam pengetahuan peneliti di bidang pemasaran, terutama yang ingin meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah asuransi.

#### **TELAAH PUSTAKA**

Berdasarkan pada penelitian terdahulu, yang menunjukkan adanya Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Maka untuk lebih rincinya tentang pengaruh dari masing-masing variabel terhadap transfer pricing, adalah sebagai berikut:

##### **1. Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Pernyataan yang disampaikan oleh (Edvardsson *et, al.*, 1994) dalam Tjiptono (2011) yang menyatakan bahwa kualitas lebih menekankan aspek kepuasan pelanggan dan pendapatan, dengan focus utamanya adalah customer utility. Kualitas Berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan pelanggan, yang pada

akhirnya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. (Tjiptono, 2011).

Menurut Parasuraman et al. (1988) dalam Tjiptono (2011) mengungkapkan ada 22 faktor penentu *service quality* yang dirangkum ke dalam lima faktor dominan atau lebih dikenal dengan istilah SERVQUAL, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*.

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka. Jadi kepuasan juga tergantung kepada kualitas dari produk atau jasa. Kualitas produk dan jasa, kepuasan konsumen, dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal yang terkait erat. Dan kualitas adalah merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan (Kotler, 2009).

Pendapat ahli tersebut juga didukung oleh beberapa peneliti terdahulu, seperti: Novrizal (2015) Musqari, dan Huda (2018) Wendha (2013) Delfiyani, (2013) Aurimas dan Borisas (2009) Yadi (2015) Jahanshahi, dkk (2011) Sunarti (2015) Barshan, dkk (2017) Derriawan (2015) Kurniati (2015) Monica (2016) Kondasani (2016) Sutrisno (2016) Sharma and Jiwan (2016) Haque, dkk (2012) tasari dan Edris (2011) Meesala, dan Paul (2016) Noermijati (2013) Eliba dan Zulkarnain (2017) Basyar (2018) Dewi, dkk (2014). Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Basyar (2017) menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan antar variabel kualitas

pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

## **2. Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah**

Hasan (2013) menyatakan bahwa: 1) kepuasan pelanggan merupakan salah satu penentu kesetiaan pelanggan, 2) kualitas produk (jasa) berhubungan kuat dengan kesetiaan pelanggan, 3) citra organisasi muncul menjadi faktor penentu kesetiaan pelanggan. Tjiptono (2014: 119) menyatakan tujuan menjaga kualitas pelayanan adalah agar Kesetiaan pelanggan pada perusahaan akan bertahan lama.

Edvardsson *et al.*, 1994 dalam Tjiptono (2011) menyatakan kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.

Oleh karena itu maka dapat disimpulkan bahwa: dengan memperbaiki kualitas pelayanan, tarif atau harga yang terjangkau, serta citra asuransi jiwa raya, mampu untuk meningkatkan kepuasan Konsumen dan loyalitas Konsumen.

Pendapat ahli tersebut juga didukung oleh beberapa peneliti terdahulu, seperti: Novrizal (2015) Musqari, dan Huda (2018) Wendha (2013) Delfiyani, (2013) Aurimas dan Borisas (2009) Yadi (2015) Jahanshahi, dkk (2011) Sunarti (2015) Barshan, dkk (2017) Derriawan (2015) Kurniati (2015) Monica (2016) Kondasani (2016) Sutrisno (2016) Sharma and Jiwan (2016) Haque, dkk (2012) tasari dan Edris (2011) Meesala, dan Paul (2016) Noermijati (2013) Eliba dan Zulkarnain (2017) Basyar (2018) Dewi, dkk (2014). Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Sementara itu penelitian

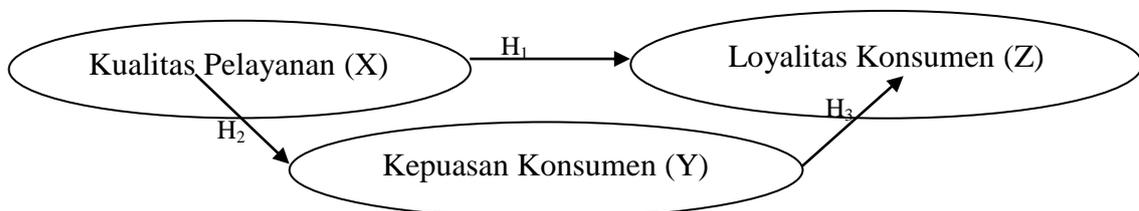
yang dilakukan oleh Furi, dan Rasmansyah (2017) menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan antar variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

### 3. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah

Zeithaml dan Bitner (2005) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan “*customer’s evaluation or service in terms of wheter that product or service has met their needs ang expectation*”. Konsumen yang merasa puas pada suatu produk/jasa yang dibeli dan digunakan akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan atau membangun kesetiaan konsumen. (Mamang, 2013)

Oliver (2006) dalam (Zulkarnain, 2012) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipresepsikan dengan ekspektasinya dan ekspetasi tersebut. Sedangkan menurut Hasan (2013) kepuasan pelanggan merupakan salah satu penentu kesetiaan pelanggan, Zeithaml dan Bitner (2005) menyatakan Konsumen yang merasa puas pada suatu produk/jasa yang dibeli dan digunakan akan kembali

**Gambar 2.1: Model Penelitian**



Sumber: Data Olahan, 2018

### HIPOTESIS

Berdasarkan pada permasalahan, dan telah didukung oleh adanya penelitian terdahulu serta teori para ahli, maka dapat dirumuskan hipotesis

menggunakan jasa/produk yang ditawarkan atau membangun kesetiaan konsumen. Pernyataan selanjutnya disampaikan oleh Assauri (2012:11) Kepuasan pelanggan merupakan pendorong utama bagi retensi dan loyalitas pelanggan

Pendapat ahli tersebut juga didukung oleh beberapa peneliti terdahulu, seperti: Novrizal (2015) Musqari, dan Huda (2018) Wendha (2013) Delfiyani, (2013) Aurimas dan Borisas (2009) Yadi (2015) Jahanshahi, dkk (2011) Sunarti (2015) Barshan, dkk (2017) Derriawan (2015) Kurniati (2015) Monica (2016) Kondasani (2016) Sutrisno (2016) Sharma and Jiwan (2016) Haque, dkk (2012) tasari dan Edris (2011) Meesala, dan Paul (2016) Noermijati (2013) Eliba dan Zulkarnain (2017) Basyar (2018) Dewi, dkk (2014). Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh dari kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

### KERANGKA PENELITIAN

Berdasarkan pada permasalahan dan landasan teori yang telah dijelaskan, maka penulis dapat merumuskan kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H.1 Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Padang.

H.2 Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Padang

H.3 Terdapat pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Padang.

H.4 Terdapat pengaruh kualitas pelayanan melalui kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Padang.

angket atau kuesioner yang diajukan dan diisi oleh para responden yang telah ditentukan sebelumnya, dan akan diolah oleh penulis untuk disajikan dalam bentuk tabulasi. Dalam kuesioner ini digunakan skala Ordinal yang terdiri dari sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Skala Ordinal adalah skala yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan pada setiap objek yang akan diukur. Jawaban dari kuesioner tersebut diberi bobot skor atau nilai sebagai berikut:

SS	= Sangat Setuju	= 5
S	= Setuju	= 4
KS	= Kurang Setuju	= 3
TS	= Tidak Setuju	= 2
STS	= Sangat Tidak Setuju	= 1

#### Teknik Analisa Data

Pada penelitian ini menggunakan metode analisis SEM dengan WarPLS. Analisa pada PLS dilakukan dengan tiga tahap:

1. Analisa outer model
2. Analisa inner model
3. Pengujian Hipotesa.

Analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Analisa outer model dapat dilihat dari beberapa indikator:

1. Convergent validity
2. Discriminant validity
3. Unidimensionality

Sedangkan analisa inner model/ analisa struktural model dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun robust dan akurat. Evaluasi inner model dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi:

1. Koefisien determinasi ( $R^2$ )
2. Predictive Relevance ( $Q^2$ )
3. *Goodness of Fit Index* (GoF)

Untuk pengujian Hipotesa dilakukan dengan melihat nilai proba-

#### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas adalah penelitian yang ingin mencari perbandingan dalam bentuk sebab-akibat (*Cause-effect*) antar beberapa konsep atau beberapa variabel atau beberapa strategi yang dikembangkan dalam manajemen. (Ferdinand, 2006) Sedangkan pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu mementingkan adanya variabel-variabel sebagai objek penelitian dan variabel-variabel tersebut harus didefinisikan dalam bentuk operasionalisasi masing-masing variabel. (Syofian, 2012).

#### Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini, maka peneliti focus pada pemilik premi asuransi beasiswa, yaitu sebanyak 2.213 orang. Jadi sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 100 orang.

#### Prosedur Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan Kuesioner. Yaitu suatu alat pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dari sampel dengan membuat suatu daftar pertanyaan yang berupa lembaran

bilitasnya dan t-statistiknya. Untuk nilai probabilitas, nilai p-value dengan alpha 5% adalah kurang dari 0,05. Nilai t-tabel untuk alpha 5% adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan Hipotesa adalah ketika t-statistik > t-tabel.

### 1. Analisa Outer Model

Analisa Outer Model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. atau dapat dikatakan bahwa outer model mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Uji yang dilakukan pada outer model:

- 1) *Convergent Validity*. Nilai convergent validity adalah nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan >0.7.
- 2) *Discriminant Validity*. Nilai ini merupakan nilai cross loading faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain.
- 3) *Composite Reliability*. Data yang memiliki composite reliability >0.7 mempunyai reliabilitas yang tinggi.
- 4) *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai AVE yang diharapkan >0.5.
- 5) *Cronbach Alpha*. Uji reliabilitas diperkuat dengan CronbachAlpha.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Nilai estimasi untuk hubungan antara jalur dalam model struktural harus signifikan. Nilai signifikansi ini diperoleh dengan prosedur *bootstrapping*. Melihat signifikansi pada hipotesis dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai

Nilai diharapkan >0.6 untuk semua konstruk.

Uji yang dilakukan diatas merupakan uji pada outer model untuk indikator reflektif. Untuk indikator formatif dilakukan pengujian yang berbeda. Uji untuk indikator formatif yaitu :

- 1) *Significance of weights*. Nilai weight indikator formatif dengan konstraknya harus signifikan.
- 2) *Multicollinearity*. Uji multicollinearity dilakukan untuk mengetahui hubungan antar indikator. Untuk mengetahui apakah indikator formatif mengalami multicollinearity dengan mengetahui nilai VIF. Nilai VIF antara 5-10 dapat dikatakan bahwa indikator tersebut terjadi multicollinearity.

### 2. Pengujian Hipotesa

Secara umum metode *explanatory research* adalah pendekatan metode yang menggunakan PLS. Hal ini disebabkan pada metode ini terdapat pengujian Hipotesa. Menguji hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan/ penolakan Hipotesa adalah  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak ketika t-statistik >1,96. Untuk menolak/menerima Hipotesis menggunakan probabilitas maka  $H_a$  diterima jika nilai  $p < 0,05$ .

signifikansi t *statistic* pada *algorithm bootstrapping repor*, nilai signifikan dilihat dari t<sub>tabel</sub> pada alpha 0.05 (5%) = 1.96, atau nilai harus lebih dari 1.96. Kemudian t-table dibandingkan dengan t<sub>hitung</sub> (t<sub>statistik</sub>). Adapun Hasil pengujian Estimasi Koefisien Jalur adalah sebagai berikut:

Tabel 4.20: Hasil Pengujian Koefisien Jalur

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (/O/STDEV/)</i>	<i>P Values</i>
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Nasabah	0,479	0,484	0,083	5,743	0,000
Kualitas Pelayanan -> Loyalitas Nasabah	0,335	0,335	0,066	5,052	0,000
Kepuasan Nasabah -> Loyalitas Nasabah	0,529	0,530	0,059	8,901	0,000
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Nasabah -> Loyalitas Nasabah	0,253	0,256	0,049	5,180	0,000

**Sumber: Data Olahan, 2017**

Berdasarkan pada Tabel 4.20 tersebut, maka didapatkan hasil uji hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,479 dengan t statistic 5,743 dan P value 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa t-statistik (5,743) lebih besar dari t table (1,96) dan P value (0,000) lebih kecil dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan nasabah semakin tinggi dan sebaliknya.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas nasabah

Diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,335 dengan t statistic 5,052 dan P value 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa t-statistik (5,052) lebih besar dari t table (1,96) dan P value (0,000) lebih kecil dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan maka loyalitas nasabah semakin tinggi dan sebaliknya.

3. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas nasabah

Diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,528 dengan t statistic 8,901 dan P value 0,000. Hasil tersebut

menunjukkan bahwa t-statistik (8,901) lebih besar dari t table (1,96) dan P value (0,000) lebih kecil dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Semakin tinggi kepuasan nasabah maka loyalitas nasabah semakin tinggi dan sebaliknya.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah

Diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,253 dengan t statistic 5,180 dan P value 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa t-statistik (5,180) lebih besar dari t table (1,96) dan P value (0,000) lebih kecil dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan nasabah akan semakin bertambah dan akan berdampak pada loyalitas nasabah yang akan semakin tinggi pula.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan pada hasil penelitian, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa setiap perbaikan atau

- peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan nasabah asuransi Jiwasraya Cabang Padang.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa setiap perbaikan atau peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan loyalitas nasabah asuransi Jiwasraya Cabang Padang.
  3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa setiap perbaikan atau peningkatan kepuasan nasabah akan meningkatkan loyalitas nasabah asuransi Jiwasraya Cabang Padang.
  4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Konsusmen. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
- Berdasarkan pada hasil penelitian, maka perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas pelayanan yang ada pada organisasi tersebut, adapun langkah yang bisa dilakukan adalah:
1. Untuk memperbaiki kualitas pelayanan, maka indikator yang paling perlu untuk mendapatkan perhatian adalah bukti fisik. sehingga perusahaan harus melakukan perbaikan terhadap bukti fisik. Adapun langkah-langkahnya adalah:
    - a. Fasilitas, fasilitas pendukung pelayanan harus tersedia dan tertata dengan rapih, seperti tersedianya tempat duduk bagi pelanggan yang menunggu antrean, menyediakan pendingin udara (kipas angin atau ac) untuk ruang tunggu, tersedianya sarana komunikasi untuk menyampaikan klaim dan juga keluhan, dan lain-lain.
    - b. Kerapian, kerapian yang perlu diperbaiki adalah dari segi karyawan Asuransi Jiwasraya dan kerapian tata ruang Asuransi Jiwasraya. karyawan Asuransi Jiwasraya yang ada harus menggunakan seragam yang telah ditentukan, sedangkan untuk kerapian tata ruang, maka setiap peralatan yang ada harus diletakkan pada posisi yang telah ditetapkan.
    - c. Menjaga kebersihan kantor Asuransi Jiwasraya, hal ini bisa dilakukan dengan memberikan edukasi kepada pelanggan untuk menjaga kebersihan lingkungan kantor Asuransi Jiwasraya, selain itu juga menempatkan petugas kebersihan, menyediakan tempat sampah (dalam maupun luar) kantor Asuransi Jiwasraya.
    - d. Memberikan pelayanan tanpa ada biaya tambahan;
    - e. Menyediakan sarana informasi dan edukasi pelanggan, seperti membuat papan pengumuman,
  2. Perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah, seperti kecepatan pelayanan, kemudahan pengajuan klaim, keramahan pegawai, kesopanan pegawai, serta kondisi fasilitas dan sarana pelayanan Jiwasraya. Selain itu terdapat beberapa hal yang bisa dilakukan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

- a. Menyediakan petugas (karyawan) yang selalu siaga;
  - b. Meningkatkan keterampilan karyawan dan resepsionis untuk melayani pelanggan,
  - c. Memberikan pelatihan mengenai mekanisme pelayanan prima kepada seluruh instruktur dan resepsionis untuk melayani pelanggan;
  - d. Meningkatkan kompetensi masing-masing karyawan sesuai bidangnya, sehingga mampu untuk memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan;
  - e. Meningkatkan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan, seperti tutur kata dalam melayani nasabah.
  - f. Menyediakan layanan (telepon/headphone) bagi pelanggan yang ingin berkonsultasi;
  - g. Menyediakan layanan konsultasi khusus bagi pelanggan yang memiliki kebutuhan khusus.
3. Kemampuan indikator keyakinan nasabah sangat tinggi untuk membentuk loyalitas nasabah. Sehingga perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah, seperti kecepatan pelayanan, kemudahan pengajuan klaim, keramahan pegawai, kesopanan pegawai, serta kondisi fasilitas dan sarana pelayanan Jiwasraya. Sehingga nasabah akan selalu merasakan kepuasan, pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- A.A Ayu Atika Paramitha Wendha, 2013, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia Di Denpasar, Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan*
- Kewirausahaan Vol. 7, No. 1, Februari 2013
- Abdul Muzammil, dkk, 2017, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi, Jurnal Manajemen dan Inovasi* Vol. 8, No. 3, Oktober 2017: 104-133.
- Achmad Shofiyyuddin As'ad, Noermijati, 2013, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Studi pada Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit NU Tuban*
- Ade Jaya Sutisna, 2016, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kantor Ajb Bumiputera Syariah Cabang Serang*
- Ahasanul Haque, dkk, 2012, *The Impact of Customer Perceived Service Quality on Customer Satisfaction for Private Health Centre in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach*
- Alma Buchari, 2009, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Amir, Taufiq, 2009, *Dinamika pemasaran: jelajahi & rasakan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Anas Allahham, 2013, *Determinants of Customer Satisfaction in Healthcare Services*,
- Appalayya Meesala, Justin Paul, 2016, *Service quality, consumer*

- satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future*
- Arief. 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan Agar Memuaskan Pelanggan*, Malang: Bayumedia Publishing
- Arnil Lacej, dan Ermira H. Kalaj, 2015, *The Effect of Consumer Relationship Management on Satisfaction and Loyalty: A Focus on Albanian Tour Operator Business*.
- Asghar Afshar Jahanshahi, dkk, 2011, *Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty*
- Aurimas dan Borisas 2009 *Influence Of Price And Quality To Customer Satisfaction: Neuromarketing Approach*
- Bhartendra Sharma and Triza Jiwan, 2016, *The Impact of Quality of Hospital Services on Patient's Satisfaction in Selected Hospitals of Punjab, India*
- David W. Caravens, 2012, *Pemasaran Strategis*, Jakarta :Erlangga.
- Delfiyani, 2013, *Analisis Kepuasan Nasabah Peserta Jamsostek Ditinjau dari Perspektif Kualitas Layanan pada PT Jamsostek Persero Kantor Cabang Riau I Pekanbaru*
- Derriawan 2015, *The Influence of Service Quality, Relationship Marketing and Alternative Attractiveness on Customer Satisfaction and Customer Commitment And Its Impact*
- Eko Supri Yadi, 2015, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Family Fitness Di Samarinda*
- Erfine Kumala Furi, dan Rasmansyah, 2017, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Pada PT Adira Dinamika Multifinance Tbk*
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2011,
- Ferdinand Agusty, 2006, *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fiolina Riha Basyar, 2018, *Analisis Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian di kota Pekanbaru*
- Fitrah Eliba dan Zulkarnain, 2017, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada PT. Asuransi Jiwasraya Persero Di Kota Pekanbaru*
- Gholamreza Barshan, dkk, 2017, *Impact of Service Quality on Satisfaction, Loyalty and Intention to Revisit of Sport Customers: The Case Study of Swimming Pools in Alborz Province*
- Griffin, Jill. 2009. *Customer Loyalty: How to Learn It, How to Keep It*. Jakarta. Erlangga

- Gusti Ayu Putu Ratih Kusuma Dewi, dkk, 2014, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT Bpr Hoki Di Kabupaten Tabanan*
- Hardiansyah .2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hasan Ali, 2013, *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*, Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Ibrahim, 2008, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: CV. Masagung.
- Ilham Novrizal, 2015, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah Tabungan PT. Bank Aceh*, Jurnal Manajemen Pascasarjana Universitas Syiah Kuala, Volume 4, No. 3, Agustus 2015
- Kasmir, 2011, *Etika Customer Servis*, Cet. Ke-2, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Amstrong, 2009, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi 12 jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lola Monica, 2016, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Inap Rumah Sakit RS Bina Sehat Jember*
- Lovelock, C.H., & L.K. Wright, 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Indeks, Jakarta
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Majid, Suharto Abdul, 2009, *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Mei Gawati Puspi tasari dan Mochamad Edris, 2011, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Keluarga Sehat Hospital Pati*
- Melysa Elisabeth Pongoh, 2013, *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel Di Kota Manado*
- Nembah Ginting. F. Hartimbul, 2011, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: CV Yrama Widya.
- Nurul Musqari, Nurul Huda, 2018, *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Melalui Variabel Kepuasan pada Lembaga Amil Zakat Studi pada Baituzzakah Pertamina Kantor Pusat, Perisai, Vol 2 1, April 2018, 34-53*
- Philip Kotler dan Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009,
- Rama Koteswara Rao Kondasani, 2016, *Customer Perceived Service Quality, Satisfaction and Customer Loyalty: An Empirical Test of Mediation in Private Hospitals*.
- Ratminto dan atik septi winarsih, 2009, *manajemen pelayanan*, Jakarta :Pustaka pelajar.
- Rini Rahayu Kurniati, 2015, *The Effect of Customer Relationship Marketing CRM and Service*

- Quality to Corporate Image, Value, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty.* Tjiptono Fandy, 2014, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, Penelitian*, Yogyakarta Penerbit Andi.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah, 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Sugiyono. 2011. *Metode penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, Danang, 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Penerbit CAPS, Yogyakarta
- Sutrisno, 2016, *The Influence of Service Quality, and Customer Relationship Management CRM Of Patient Satisfaction, Brand Image, Trust, and Patient Loyalty on Indonesian National Army Level II Hospitals*
- \_\_\_\_\_, 2011, *Service Quality & Satisfaction, Edisi 3*, Yogyakarta Penerbit Andi.
- \_\_\_\_\_, 2008, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wijaya, Tony, 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Penerbit Indeks, Jakarta
- Zulian Yamit. 2013. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Zulkarnain, 2012, *Ilmu Menjual, Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*. Yogyakarta: Graha Ilmu.