

# "INFLUENCE OF SERVICE QUALITY PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE TOWARD TRUST CUSTOMERS IN PEKANBARU

**Eliza Saur Pertiwi Pasaribu**

**(Email : [elizapertiwi@gmail.com](mailto:elizapertiwi@gmail.com))**

*Supervisor : Mita Rosaliza, S. Sos, M. Soc. Sc.*

*Departement of Sosiology Faculty of Sosial Scinces Political Science*

*Riau University*

*Kampus Bina Widya, Jalan H.R Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru, Panam  
Pekanbaru-Riau*

## **ABSTRACT**

*Customer trust can be achieved through a service process, in which there is a process of fulfillment customer needs. This research was conducted at PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru, be function for knowing the level quality of customer service, the level of customer trust, and the influence of service quality toward customer trust in PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru. This research use descriptive quantitative research methods. Source of this data is from filling out questionnaires by respondents. Analysis data technic used in this research is descriptive analysis and quantitative analysis, and the data were analyzed using the SPSS program. This research using technique Simple Random Sampling. The sample used in this study amounted to 95 people. Result showed that tangible, reliability, responsiveness, and empathy has affect on customer trust. This is evidenced by the value of  $t_{count} > t_{table}$  ( $10.951 > 1.985$ ) and Significance  $< 0.05$  ( $0.000 < 0.05$ ). Value ( $R^2$ ) is 0.563 which means 56.3% empathy, reliability, assurance, responsiveness and tangible affect the level of customer trust in PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru, while the remaining ( $100\% - 56.3\% = 43.7\%$ ) is influenced by other factors which was not examined in this study.*

*Keywords: Service Quality, Customer Trust*

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ASURANSI JIWA PT.  
PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE TERHADAP KEPERCAYAAN  
(TRUST) NASABAH DI KOTA PEKANBARU”**

**Eliza Saur Pertiwi Pasaribu**

**(Email : [elizapertiwi@gmail.com](mailto:elizapertiwi@gmail.com))**

Dosen Pembimbing : Mita Rosaliza, S. Sos, M. Soc. Sc.

Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jalan H.R Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru, Panam  
Pekanbaru-Riau

**ABSTRAK**

Kepercayaan nasabah dapat tercapai melalui proses dalam pelayanan, dimana di dalamnya terdapat proses pemenuhan kebutuhan nasabah. Penelitian ini dilakukan pada PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru, dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan nasabah, tingkat kepercayaan nasabah, serta pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah pada PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru. . Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, data dari penelitian ini berasal dari pengisian kuesioner oleh responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif, dan data tersebut dianalisis menggunakan program SPSS. Adapun pengambilan sampel menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 95 orang. Hasilnya, terbukti bahwa variabel bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempengaruhi kepercayaan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung > t tabel ( $10,951 > 1,985$ ) dan Signifikansi < 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Nilai ( $R^2$ ) sebesar 0.563 yang artinya 56,3% empathy, reliability, assurance, responsiveness dan tangible mempengaruhi tingkat kepercayaan nasabah pada PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru, sedangkan sisanya ( $100\% - 56,3\% = 43,7\%$ ) dipengaruhi sebab-sebab lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah

## LATAR BELAKANG

Pada zaman yang sudah modern saat ini, banyak perkembangan pesat yang terjadi dalam dunia industri, dunia pendidikan, dunia kesehatan, juga dunia bisnis atau dunia usaha. Semakin banyak perusahaan yang dibangun atau didirikan merupakan bukti dari berkembangnya dunia usaha. Perusahaan yang didirikan pun beragam, ada perusahaan yang berskala lokal, nasional, dan internasional. Ada perusahaan yang bergerak menghasilkan barang, ada juga perusahaan yang bergerak menghasilkan jasa, salah satunya adalah perusahaan asuransi.

Perusahaan asuransi berdasarkan bentuknya terbagi menjadi dua, yaitu asuransi umum atau asuransi kerugian atas harta benda yang dimiliki, dan asuransi jiwa. Perusahaan asuransi merupakan perusahaan jasa yang menanggung resiko terkait dengan hidup atau matinya seseorang, hal ini tercantum di dalam Undang-Undang No 2. Tahun 1992. Resiko dalam kehidupan merupakan hal yang tidak dapat dihindari atau diprediksi oleh manusia. Oleh karena itu, perusahaan asuransi jiwa sebagai penyedia jasa hadir ditengah ketidakpastian tersebut, memberikan solusi untuk mentransferkan atau mengalihkan resiko tersebut kepada pihak asuransi, sehingga dapat meminimalisir kerugian yang terjadi akibat resiko kehidupan tersebut.

Seiring dengan perkembangan industri perasuransian, semakin banyak perusahaan asuransi yang bermunculan, baik perusahaan skala nasional maupun perusahaan skala internasional. Produk-produk yang ditawarkan pun semakin beragam, maka perusahaan asuransi dituntut

untuk selalu berbenah secara serius jika tidak ingin tertinggal di tengah persaingan yang semakin ketat. Hal ini dapat terwujud diantaranya dengan selalu memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan kepada para anggota atau nasabah. Unsur pelayanan merupakan hal yang sangat penting dilakukan perusahaan jasa, termasuk jasa asuransi kepada nasabah agar tetap menggunakan produk yang telah disepakati. Pelayanan merupakan faktor yang menentukan nilai baik atau buruknya mutu suatu jasa. Jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah sangat memuaskan, maka kepercayaan nasabah kepada perusahaan asuransi pun bertambah, begitu juga sebaliknya, jika pelayanannya rendah maka kepercayaan nasabah pun akan berkurang.

Dalam upaya mengembangkan bisnis, sejumlah inovasi produk dan layanan ditempuh PT. Prudential Life Assurance. Pelayanan terhadap nasabah merupakan hal yang sangat diperhatikan PT. Prudential, sesuai dengan jargonnya yang berbunyi "*always listening, always understanding*", yang berarti Prudential selalu mendengarkan kebutuhan nasabah, sehingga memahami akan kebutuhan nasabah. Jargon tersebut menunjukkan kesungguhan Prudential dalam memberikan layanan terbaik bagi kebutuhan perlindungan dan keuangan masyarakat. PT. Prudential senantiasa menjaga hubungan yang harmonis dan berkesinambungan dengan para nasabah, melalui lebih dari 277 ribu tenaga pemasar bersertifikasi dan lebih dari 1.900 staf, dengan 394 kantor pemasaran mandiri yang tersebar di 157 kota di Indonesia juga melalui berbagai

informasi rutin yang dikirim kepada nasabah seperti, laporan pernyataan transaksi polis yang dikirim melalui *e-mail*, layanan aplikasi untuk nasabah seperti *e-transaction*, *Pruaces mobile*, dan *SMS transaction info* (Majalah Investor, 2017:38). Dengan memahami kebutuhan masyarakat, PT. Prudential berusaha selalu berinovasi dengan produk dan manfaat mereka dalam persaingan di pasar industri guna mencapai kepuasan nasabah mereka.

Berdasarkan data kinerja PT. Prudential Life Assurance Indonesia pada tahun 2017 yang dipublikasikan pada koran kompas tanggal 20 April 2018 lalu, menyebutkan bahwa PT. Prudential memiliki aset terbesar di industri asuransi jiwa, yakni sebesar 81,7 triliun, dimana aset tersebut mengalami peningkatan sebesar 15% dari tahun sebelumnya. Juga memiliki pendapatan premi terbesar di asuransi jiwa, yakni sebesar 26,8 triliun, dimana mengalami peningkatan sebesar 5% dari tahun sebelumnya dan Prudential juga memiliki dana kelolaan terbesar di industri asuransi jiwa, yakni sebesar 73,4 triliun, dimana mengalami peningkatan sebesar 19% dari tahun sebelumnya.

Adapun perkembangan jumlah nasabah pada PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru yang tertera di bawah ini sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Perkembangan Jumlah Nasabah**  
**pada PT. Prudential Life**  
**Assurance Pekanbaru Tahun**  
**2014-2017**

No	Tahun	Produksi Jumlah Nasabah Pertahun	Presentase Perubahan
1	2014	5914	-
2	2015	4110	0.069%
3	2016	2194	0.053%
4	2017	2122	0.096%

*Sumber: PT. Prudential Life Assurance, 2018*

Pada tahun 2014 jumlah nasabah PT. Prudential sebanyak 5914 nasabah. Pada tahun 2015 nasabah PT. Prudential menurun menjadi 4110 nasabah atau turun sebesar 0.069%. Sedangkan pada tahun 2016 jumlah nasabah kembali mengalami penurunan sebesar 0.053% menjadi 2194 nasabah. Kemudian pada tahun 2017 PT. Prudential mengalami penurunan sebesar 0.096% menjadi 2122 nasabah.

Dari data di atas terlihat bahwa setiap tahunnya Prudential mengalami penurunan jumlah nasabah. Banyak faktor yang membuat nasabah memutuskan untuk berhenti, salah satunya sudah tidak mampu lagi secara finansial, bahkan ada juga yang berhenti karena tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan Prudential. Pada dasarnya, asuransi bertujuan untuk memproteksi nasabah sesuai dengan produk yang dimiliki nasabah, oleh karena itu sebenarnya tujuan seseorang masuk asuransi adalah untuk mengajukan klaim ketika

terjadi hal yang tidak diinginkan seperti sakit, kecelakaan, atau meninggal dunia. Kita sering mendengar kekecewaan dari nasabah asuransi, terkait dengan klaim yang tidak dibayarkan. Salah satu kasus kekecewaan klaim asuransi yang sangat terkenal adalah kasus dari musisi kondang Ahmad Dhani terhadap perusahaan asuransi Prudential Indonesia, dimana anak dari Ahmad Dhani, yaitu Abdul Qadir Jaelani (AQJ/Dul) merupakan tertanggung utama asuransi Prudential. Pada hari Minggu, 8 September 2013, Dul yang mengendarai mobil Lancer B 80 SAL terlibat dalam kecelakaan yang terjadi di tol Jagorawi KM 8 pada pukul 00.45 yang menewaskan tujuh orang dan melukai sembilan orang lainnya. Pada saat terjadi kecelakaan tersebut, Dul masih berusia 13 tahun dan tidak memiliki Surat Izin Mengemudi (SIM). Terkait peristiwa kecelakaan tersebut, menyebabkan Dul terluka parah dan harus menjalankan lima kali operasi yang memakan biaya yang cukup besar yakni mencapai 500 juta rupiah. Ahmad Dhani selaku pemegang polis asuransi meminta klaim atas biaya perawatan rumah sakit Abdul Qadir Jaelani. Namun, klaim asuransi Dul ditolak Prudential karena peristiwa yang menimpa Dul termasuk dalam kasus pelanggaran hukum. Peristiwa tersebut tentunya membuat Ahmad Dhani sangat kecewa, sehingga ia memutuskan untuk tidak melanjutkan polis asuransi Abdul Qadir Jaelani.

Contoh kasus diatas hanya sebagian dari banyak kasus yang terjadi di masyarakat. Minimnya kepercayaan masyarakat Indonesia akan asuransi salah satunya

disebabkan oleh banyaknya pengalaman dan cerita buruk yang dialami oleh nasabah, baik dalam hal kesulitan klaim, perilaku agen yang tidak menyenangkan, hingga penipuan asuransi oleh perusahaan yang tidak jelas seolah-olah menimbulkan stigma negatif di masyarakat bahwa asuransi merupakan usaha penipuan yang tidak memberi manfaat berarti bagi nasabahnya, sehingga kebanyakan orang memutuskan untuk tidak melanjutkan asuransinya. Hal ini bisa disebabkan karena kurangnya pelayanan terkait penjelasan prosedur klaim yang benar. Untuk itu, perusahaan harus memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya, agar dapat membangun citra perusahaan sehingga mampu menjadi perusahaan yang kompeten dan memiliki kualitas pelayanan yang memuaskan. Dari hal tersebut di atas, maka peneliti tertarik untuk membahasnya lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Asuransi Jiwa PT. Prudential Life Assurance Terhadap Kepercayaan (*Trust*) Nasabah Di Kota Pekanbaru”.

## **RUMUSAN MASALAH**

- a. Bagaimana tingkat Kualitas Pelayanan Nasabah pada PT. Prudential Life Assurance di Kota Pekanbaru?
- b. Bagaimana tingkat Kepercayaan Nasabah pada PT. Prudential Life Assurance di Kota Pekanbaru?
- c. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan PT. Prudential Life Assurance terhadap Kepercayaan Nasabah pada PT. Prudential Life Assurance di Kota Pekanbaru?

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan orang lain berdasarkan haknya melalui suatu prosedur, sistem, dan metode yang dilakukan untuk mendapatkan suatu imbalan. Pelayanan sebenarnya merupakan sebuah proses karena berlangsung secara rutin dalam setiap kegiatan seseorang di dalam masyarakat (Moenir, 2010 : 26). Kepuasan dan kepercayaan nasabah dapat tercapai melalui proses dalam pelayanan, dimana proses di dalam pemenuhan kebutuhan nasabah dilakukan melalui pekerjaan seseorang secara langsung, dan disebut sebagai pelayanan (Mahmoedin, 2002).

Di dalam kualitas pelayanan, terdapat lima dimensi spesifik dari kinerja pelayanan diantaranya adalah dimensi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* atau dikenal juga dengan nama *Service Quality* (SERVQUAL) (Lerbin R. Aritonang, 2005: 23). Adapun penjelasan dari kelima dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

#### 1. Bukti langsung (*tangibles*)

Bukti langsung merupakan usaha perusahaan untuk menunjukkan keberadaan perusahaan pemberi jasa secara fisik kepada pihak eksternal melalui penampilan perusahaan, sarana dan prasarana perusahaan, serta keadaan lingkungan sekitar perusahaan. Bukti langsung dapat diwujudkannyatakan dalam bentuk fasilitas fisik, meliputi gedung, peralatan yang digunakan, perlengkapan,

teknologi, penampilan pegawai, gudang, dan lain-lain (Rambat Lupiyoadi, 2001:148).

#### 2. Keandalan (*reliability*)

Memberikan pelayanan secara akurat, terpercaya, dan sesuai yang dijanjikan merupakan bukti dari keandalan suatu perusahaan. Perusahaan harus memiliki kinerja yang handal, yang berarti harus tepat waktu, memperlakukan semua pelanggan dengan pelayanan yang sama, bersikap simpati dan mempunyai ketepatan yang tinggi (Rambat Lupiyoadi, 2001:148).

#### 3. Daya tanggap (*responsiveness*)

Dalam melayani nasabah atau konsumen tentunya harus mampu menyampaikan informasi dengan jelas, juga bertindak tepat dan cepat (*responsive*). Konsumen tidak boleh dibiarkan menunggu tanpa adanya kepastian yang diberikan oleh perusahaan, sebab hal itu akan menimbulkan pandangan yang buruk dalam kualitas pelayanan (Rambat Lupiyoadi, 2001:148)

#### 4. Jaminan (*assurance*)

Jaminan menurut Rambat Lupiyoadi (2001:148) merupakan rasa kepercayaan pelanggan yang ditumbuhkan melalui pengetahuan, kemampuan, dan kesopansantunan yang diberikan oleh pegawai. Komunikasi, keamanan, kresibilitas, kompetensi, dan sopan santun merupakan beberapa komponen yang terdapat di dalam jaminan (*assurance*).

## 5. Empati (*empathy*)

Empati merupakan perhatian tulus yang diberikan oleh perusahaan dan juga pegawai kepada para pelanggannya. Perhatian yang dimaksud disini merupakan perhatian yang bersifat individual dalam memahami kebutuhan dan keinginan para konsumen. Perusahaan harus mampu memberikan perhatian serta merasakan bagaimana rasanya jika berada di posisi sebagai seorang konsumen (Rambat Lupiyoadi, 2001:148)

## Kepercayaan

Dalam sosiologi, konsep kepercayaan dikenal dengan *trust*. Kepercayaan bermakna yakin terhadap beberapa kualitas atau atribut sesuatu atau seseorang. Kemudian Torsvik (dalam Damsar, 2011: 185) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan kecenderungan perilaku tertentu yang dapat mengurangi risiko. Luhmann (1979, dalam Jalava:2006) mengatakan bahwa tidak akan ada masyarakat tanpa *trust*, karena *trust* adalah fakta mendasar dari kehidupan sosial. Salah satu pondasi terkuat dari bisnis adalah kepercayaan, karena di dalam kepercayaan terdapat komitmen yang dibangun antara perusahaan dan pelanggan. Transaksi di dalam bisnis akan terjadi jika masing-masing pihak saling mempercayai. Kepercayaan yakni kerelaan seseorang untuk menandatangani dirinya kepada pihak lain dengan memperhatikan beberapa resiko yang akan terjadi (Lau dan Lee, 1999). Kepercayaan juga sangat berguna dalam menjaga dan memelihara hubungan yang berkesinambungan (Morgan dan

Hunt,1994) sehingga menimbulkan hubungan secara terus menerus antara perusahaan terhadap pelanggan. Kepercayaan akan membuat pelanggan senantiasa berharap dan meningkatkan kepercayaannya terhadap perusahaan sehingga keresahan pelanggan akan pelayanan yang diterima menjadi berkurang.

Kepercayaan dalam konteks bisnis dapat disusun ke dalam tiga bentuk, yakni kepercayaan kompetensi (*competence trust*), kepercayaan kontraktual (*contractual trust*), dan kepercayaan niat baik (*goodwill trust*). *Competence trust* adalah sebuah keyakinan bahwa perusahaan yang dipercaya dapat melaksanakan kewajiban mereka secara profesional dan dapat dipercaya dengan *skill* yang mereka miliki. Sementara *contractual trust* merupakan suatu keyakinan bahwa orang atau pihak yang terlibat pada suatu perjanjian tertulis akan tetap tinggal, menepati janji yang telah disetujui bersama dan melakukan praktek bisnis secara tepat dan dapat diterima. *Contractual trust* meliputi perjanjian tertulis yang terinci, jelas, dan tegas tentang tanggal pengiriman, spesifikasi produk, kerahasiaan, dan prosedur pemecahan masalah, sampai perjanjian yang bersifat umum dan garis besar saja. Sedangkan *goodwill trust* adalah harapan bersama pihak yang terlibat untuk saling memberikan sesuatu yang terbaik serta memiliki komitmen demi keuntungan bersama.

Dalam indikator kepercayaan (*trust*) terdiri dari tiga komponen (Jasfar, 2012:169), diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Persepsi Integritas (*Integrity*)  
Merupakan persepsi konsumen terhadap perusahaan bahwa perusahaan

akan menepati janjinya, berperilaku sesuai dengan etika dan bersikap jujur sesuai dengan prinsip pelayanan yang diterapkan perusahaan.

2. Persepsi Kebaikan (*Benevolence*)

Persepsi ini hadir ketika janji tidak dipenuhi, hanya berdasarkan pada besarnya keyakinan dari rekannya, bahwa perusahaan tersebut memiliki kelebihan di dalam tujuan dan motivasi yang dapat mempengaruhi organisasi lain.

3. Persepsi Kompetensi (*Competence*)

Kompetensi yaitu keahlian perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan menyelesaikan segala permasalahan konsumen. Kemampuan mengacu pada keahlian dan karakteristik yang memungkinkan suatu kelompok mempunyai pengaruh yang dominan pada pihak lain.

### **Teori Modal Sosial**

Modal sosial yang dikembangkan oleh Robert D. Putnam tentang jaringan sosial memiliki nilai penting bagi individu, tidak terlepas dari modal fisik yang tetap ada dalam objek fisik, juga modal manusia yang melekat dan dimiliki individu dalam hubungan antar individu yang membentuk jaringan sosial, norma timbal balik, dan kepercayaan (Putnam, 1993:18-19). Modal sosial mengacu kepada hubungan-hubungan di antara individu-individu – jaringan sosial dan norma-norma timbal balik serta kepercayaan yang timbul darinya.

Modal sosial merupakan ciri kehidupan sosial, dimana tujuan kolektif masyarakat dapat tercapai secara bersama-sama dengan melakukan interaksi yang memungkinkan orang-orang membangun komunitas, mempunyai komitmen, dan merajut struktur sosial melalui modal sosial. (Putnam, 1993:665).

Modal sosial merupakan kerjasama yang terjadi di dalam masyarakat karena ikatan nilai dan norma yang bersama-sama dimiliki oleh suatu masyarakat tertentu (Francis Fukuyama, 2002:12). Dapat disimpulkan juga bahwa modal sosial adalah niat baik dalam hubungan sosial di antara sekelompok individu dan keluarga yang membentuk sebuah satuan sosial.

Masyarakat secara keseluruhan akan memperoleh manfaat dari kerjasama semua komponen yang terlibat, sedangkan individu akan menemukan keuntungan dari bantuan, simpati, dan persekutuan yang ada. Teori modal sosial ini berintikan tentang bagaimana kapasitas masyarakat untuk membangun jaringan demi mencapai tujuan bersama dalam suatu kelompok, yang dibangun oleh kerjasama dan komunikasi yang memberikan *feedback* yang saling menguntungkan, rasa percaya masyarakat serta berlandaskan nilai-nilai dan norma-norma sosial yang solid dan positif.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian ini memiliki dua variabel, yaitu variabel independen, yaitu variabel yang mempengaruhi, dan

variabel dependen, yaitu variabel yang dipengaruhi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan sebagai variabel independen (bebas) terhadap kepercayaan (*trust*) nasabah asuransi jiwa PT. Prudential Life Assurance Kota Pekanbaru sebagai variabel dependen (terikat).

### Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pemegang polis/nasabah PT. Prudential Life Assurance yang berjumlah 2.122 orang di tahun 2017 (PT. Prudential Life Assurance, 2018).

### Sampel

Peneliti menetapkan sampel sebanyak 95 responden dengan metode random sampling, dimana setiap anggota dan populasi akan mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan anggota sampel.

### Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner untuk memperoleh informasi yang diperlukan peneliti dari responden. Dalam penelitian skala koesioner yang dipakai adalah skala Likert yaitu m enilai pertanyaan yang berhubungan erat dengan masalah yang akan diteliti. Adapun skor penilaiannya adalah:

Sangat Setuju (SS) : diberi skor 5

Setuju (S) : diberi skor 4

Kurang setuju (KS): diberi skor 3

Tidak Setuju (TS) : diberi skor 2

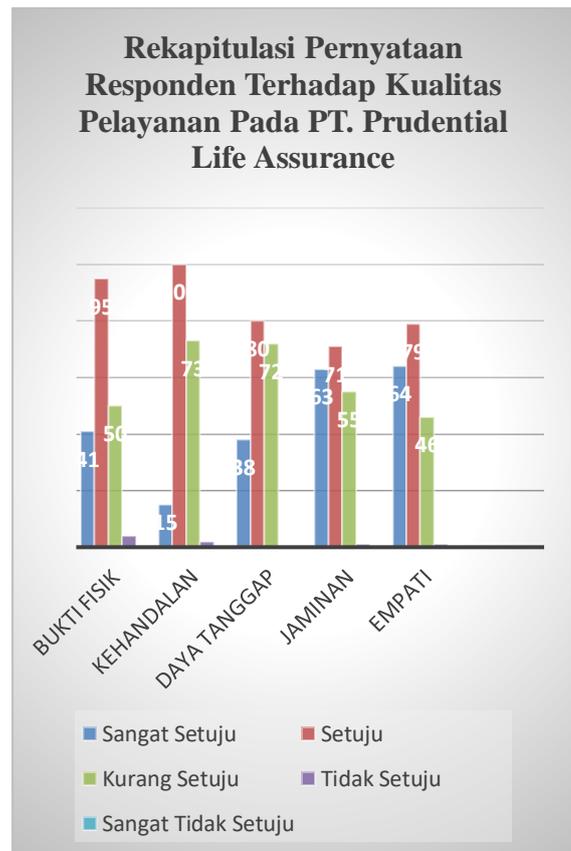
Sangat Tidak Setuju (STS): diberi skor 1

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tingkat Kualitas Pelayanan Nasabah PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru

Pelayanan merupakan hal yang sangat penting di dalam setiap perusahaan jasa, dalam hal ini PT. Prudential Life Assurance. Dalam memenuhi kebutuhan nasabah, sangat diperlukan kualitas jasa yang baik agar tercipta hubungan yang berkelanjutan dan saling menguntungkan. Selanjutnya untuk mengetahui reskapitulasi tanggapan responden mengenai Kualitas Pelayanan pada PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2



Sumber: Data Olahan Penelitian, 2018

Keterangan Tabel :

SS	:	Sangat Setuju
S	:	Setuju
KS	:	Kurang Setuju
TS	:	Tidak Setuju
STS	:	Sangat Tidak Setuju

Dari tabel diatas diketahui hasil dari rekapitulasi seluruh indikator dalam penelitian ini. Untuk mengukur Tingkat Kualitas Pelayanan Nasabah pada PT. Prudential Life Assurance di Kota Pekanbaru maka berikut penulis paparkan hasilnya :

Sangat Setuju	:	5 x 221=1105
Setuju	:	4 x 425=1700
Kurang Setuju	:	3 x 296 = 888
Tidak Setuju	:	2 x 8 = 16
Sangat Tidak Setuju	:	1 x 0 = 0
Total Frekuensi	:	3709

Berdasarkan jumlah yang telah diperoleh diatas, maka dapat diperoleh  
Jumlah N : 950

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

$$= \frac{(0 \times 1) + (8 \times 2) + (296 \times 3) + (425 \times 4) + (221 \times 5)}{(950 \times 5)} \times 100\%$$

$$= \frac{0 + 16 + 888 + 1700 + 1105}{(4750)} \times 100\%$$

$$P = \frac{3709}{4750} \times 100\%$$

$$P = 78,08 \%$$

Dari persentase rata-rata kualitatif yang diperoleh diatas adalah persentase Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Nasabah pada PT.

Prudential Life Assurance di Kota Pekanbaru, untuk memahami baik atau tidaknya maka akan diberi ukuran sebagai berikut:

- Sangat Baik = 81 % - 100%
- Baik = 61 % - 80 %
- Kurang Baik = 41 % - 60 %
- Tidak Baik = 21 % - 40 %
- Sangat Tidak Baik = 0 % - 20 %

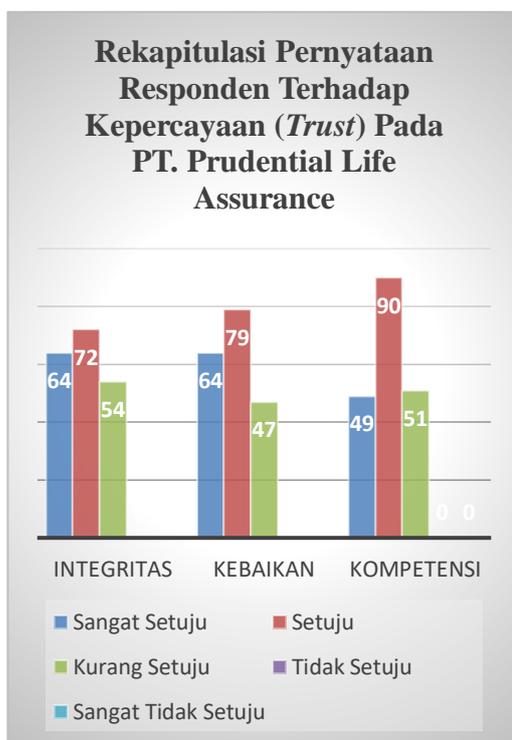
Berdasarkan dari hasil olahan rumus di atas maka penulis mendapatkan hasil dari keseluruhan rekapitulasi pengolahan data penelitian yang penulis kerjakan berada pada jawaban responden di kategori “Baik” dengan persentase 78,08 % dari total 100% Responden. Dari hasil tersebut, menunjukkan bahwa nasabah suka akan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, karyawan, serta tenaga pemasar pada PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru.

### **Tingkat Kepercayaan (Trust) Nasabah Pada PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru**

Kepercayaan merupakan kecenderungan perilaku tertentu yang dapat mengurangi risiko, dalam hal ini menyangkut kepercayaan nasabah dalam menyandarkan dirinya kepada PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru. Kepercayaan juga sangat berguna dalam menjaga dan memelihara hubungan yang berkesinambungan sehingga menimbulkan hubungan secara terus menerus antara perusahaan terhadap nasabah. Kepercayaan akan membuat pelanggan senantiasa berharap dan meningkatkan kepercayaannya terhadap perusahaan sehingga keresahan nasabah akan pelayanan yang diterima menjadi berkurang.

Dalam kepercayaan (*trust*) dapat dilihat dengan beberapa dimensi, yaitu integritas (*integrity*), kebaikan (*benevolence*), dan kompetensi (*competence*). Selanjutnya untuk mengetahui reskapitulasi tanggapan responden mengenai Kepercayaan (*trust*) pada PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3**



Sumber: Data Olahan Penelitian, 2018

Keterangan Tabel :

SS : Sangat Setuju  
 S : Setuju  
 KS : Kurang Setuju  
 TS : Tidak Setuju  
 STS : Sangat Tidak Setuju

Dari tabel diatas diketahui hasil dari rekapitulasi seluruh indikator dalam penelitian ini. Untuk mengukur Tingkat Kepercayaan (*Trust*) Nasabah pada PT. Prudential Life

Assurance di Kota Pekanbaru maka berikut penulis paparkan hasilnya :

Sangat Setuju : 5 x 177 = 885  
 Setuju : 4 x 241 = 964  
 Kurang Setuju : 3 x 152 = 456  
 Tidak Setuju : 2 x 0 = 0  
 Sangat Tidak Setuju: 1 x 0 = 0

Total Frekuensi : 2305

Berdasarkan jumlah yang telah diperoleh diatas, maka dapat diperoleh

Jumlah N : 570

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

$$= \frac{(0 \times 1) + (0 \times 2) + (152 \times 3) + (241 \times 4) + (177 \times 5)}{(570 \times 5)} \times 100\%$$

$$= \frac{0 + 0 + 456 + 964 + 885}{(2850)} \times 100\%$$

$$P = \frac{2305}{2850} \times 100\%$$

$$P = 80,87 \%$$

Dari persentase rata-rata kualitatif yang diperoleh diatas adalah persentase Analisis Tingkat Kualitas Kepercayaan (*Trust*) Nasabah pada PT. Prudential Life Assurance di Kota Pekanbaru, untuk memahami baik atau tidaknya maka akan diberi ukuran sebagai berikut:

- Sangat Baik = 81 % - 100%
- Baik = 61 % - 80%
- Kurang Baik = 41 % - 60%
- Tidak Baik = 21 % - 40%
- Sangat Tidak Baik = 0 % - 20 %

Berdasarkan dari hasil olahan rumus di atas maka penulis mendapatkan hasil dari keseluruhan rekapitulasi pengolahan data

penelitian yang penulis kerjakan berada pada jawaban responden di kategori “Baik” dengan persentase 80,87 % dari total 100% Responden. Dari hasil tersebut, menunjukkan bahwa nasabah percaya pada PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru dalam menyandarkan dirinya terhadap segala kemungkinan resiko yang akan terjadi di masa yang akan datang.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan pada PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru berada pada kategori “Baik” dengan persentase 78,08 % dari total 100% responden. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru menerapkan pelayanan dengan baik kepada nasabah, sehingga nasabah menyukai pelayanan yang diberikan oleh seluruh karyawan, serta tenaga pemasar pada PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru.
2. Kepercayaan nasabah pada PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru berada pada kategori kategori “Baik” dengan persentase 80,87 % dari total 100% responden. Dari hasil tersebut, menunjukkan bahwa nasabah percaya pada PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru dalam menyandarkan dirinya terhadap segala kemungkinan resiko yang akan terjadi di masa yang akan datang.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif (dalam taraf baik)

terhadap kepercayaan nasabah pada PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru, sehingga pengaruh kedua variabel ini signifikan. Hal ini didasarkan pada semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah, dimana perusahaan yang berkontribusi memberikan pelayanan yang terbaik untuk pemegang polis/nasabah.

### Saran

1. Kualitas pelayanan yang diterapkan oleh PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru harus dipertahankan dan ditingkatkan lagi, sehingga perusahaan dapat lebih meningkatkan jumlah nasabah/pemegang polis, serta mampu bersaing dan menjadi *leader* di dalam bisnis jasa asuransi jiwa.
2. Agar tingkat kepercayaan nasabah lebih baik lagi, maka PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru perlu semakin memperhatikan kebutuhan nasabah serta meningkatkan *teamwork* di internal perusahaan, baik agen, *customer service*, maupun karyawan dan jajaran pada PT. Prudential Life Assurance sehingga pelayanan dan etos kerja yang profesional dapat mendukung dan meningkatkan nilai perusahaan dimata nasabah dan calon nasabah.
3. Dengan pengaruh baik antara kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah maka hendaknya karyawan serta tenaga pemasar harus lebih berkontribusi dalam melayani nasabah sehingga kepercayaan

nasabah semakin meningkat. Hal ini akan membuat PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru pada akhirnya dapat mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, Lerbin. 2005. *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Barnes, James G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management* (Terjemahan Andreas Winardi). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Damsar, 2011. *Pengantar Sosiologi Ekonomi Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenanda Media Group.
- Darmawi, Herman. 2005. *Manajemen Resiko*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fukuyama, Francis. 2002. *Trust Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*. Yogyakarta: Penerbit Qalam.
- Hadari Nawawi. 2003. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Husein, Umar. 2007. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Rajafindo Persada.
- Jasfar, Farida. 2012. *9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kasmir. 2001. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 1991. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahmoedin, A.S. 2002. *Melacak Kredit Bermasalah*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Moenir, A.S. 2010. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Monwen, John, C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Putnam, Robert D. 1993. *The Prosperous Community: Social Capital and Public Life*.
- Sarwono, Jonathan. 2005. *Teori dan Latihan Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Soekanto, Soerjono. 2002. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.