

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TARIF PREMI
DAN IMAGE TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA ASURANSI
PT. ASKRINDO (PERSERO) CABANG KISARAN**

Heri Syah Putra Siregar¹, Bati, SE, M.Si²
Fakultas Ekonomi, Universitas Asahan
Jl. Jend. Ahmad Yani, Kisaran Naga, Kec. Kisaran Timur
Kisaran, Sumatera Utara 21216 Indonesia

ABSTRAK

Heri Syahputra Siregar (14031229) “Pengaruh kualitas pelayanan, tarif premi dan image terhadap kepuasan nasabah pada asuransi PT. Askrindo (persero) cabang kisaran” Pembimbing I, Drs. Nisfu Fhitri, M.Si. Pembimbing II, Rosnaida, SE, MM. Penguji I, Drs. Riswan, MM. Penguji II. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, tarif premi dan image secara simultan dan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran. Rumusan masalah penelitian, yaitu bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, tarif premi dan image terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran? Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, sedangkan sifatnya adalah penelitian deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran Sumatera Utara, dengan sebagai populasi dan sampel yaitu para nasabah pada asuransi tersebut. Adapun jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder yang dikumpulkan dengan teknik kuesioner, wawancara, dan studi dokumentasi. Metode analisis data terdiri analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda, dan dilanjutkan dengan uji hipotesis dengan uji simultan dan uji parsial. Kesimpulan hasil penelitian ini adalah: (1) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran. Hasil ini disimpulkan berdasarkan hasil uji parsial variabel Kualitas Pelayanan (X_1) yang memperoleh nilai t hitung (2,454) > t tabel (1.66140) dan tsig (0,016) < α (0,05); (2) Tarif Premi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Asuransi pada PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran. Hal ini disimpulkan berdasarkan hasil uji parsial variabel Tarif Premi (X_2) yang memperoleh nilai t hitung (2,403) > t tabel (1.66140) dan tsig (0,018) < α (0,05); (3) Image berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Asuransi pada PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran. Hal ini disimpulkan berdasarkan hasil uji parsial terhadap variabel Image (X_3) yang memperoleh nilai t hitung (2,702) > t tabel (1.66140) dan tsig (0,008) < α (0,05); dan (4) Kualitas pelayanan, tarif premi dan image berengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran. Hal ini disimpulkan berdasarkan hasil uji simultan yang mana memperoleh nilai F_{hitung} (69,354) > F_{tabel} (2,70) dan Probabilitas (sig) (0,000) < α (0,05).

Kata kunci: Kualitas pelayanan, tarif premi, image, kepuasan nasabah

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Semakin meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya jasa asuransi maka terbuka peluang usaha di bidang ini, sehingga usaha jasa asuransi kian berkembang, diantaranya yaitu PT. Asuransi

Kredit Indonesia (Persero) atau Askrindo. Perusahaan ini merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam asuransi/penjaminan, tidak dapat dipisahkan dari pembangunan ekonomi Bangsa dan Negara Republik Indonesia. Perusahaan ini didirikan tanggal 6 April

1971 berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 1/1971 tanggal 11 Januari 1971, untuk mengemban misi dalam pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) guna menunjang pertumbuhan perekonomian Indonesia. Peran PT. Askrindo (Persero) dalam pemberdayaan UMKM adalah sebagai lembaga penjamin atas kredit yang disalurkan oleh perbankan kepada UMKM.

PT. Askrindo (Persero) hadir untuk memberikan pelayanan asuransi kepada seluruh lapisan masyarakat, merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang bergerak dibidang jasa asuransi, yang cakupannya sangat luas hampir keseluruhan pelosok nusantara. Untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah, perusahaan telah mendirikan kantor cabang di berbagai daerah, di antaranya yaitu PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran.

Namun pemasaran produk Askredag dan Custom bond pada PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran tidak berjalan. Sejak tahun 2007 PT. Askrindo (Persero) melaksanakan program pemerintah sebagai penjaminan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Dalam pelaksanaannya bersama dengan Askrindo memberikan penjaminan atas kredit yang disalurkan oleh tiga Bank pelaksana yaitu : Bank BRI, Bank BNI dan Bank Mandiri.

Kepuasan nasabah pada umumnya bergantung pada kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan. Apabila dikaji lebih dalam, kepuasan nasabah tersebut akan berdampak lebih jauh lagi pada loyalitas nasabah terhadap lembaga perbankan. Sebagai industri jasa, setiap perusahaan asuransi harus berusaha

memberikan layanan produk dan jasa yang maksimal bagi nasabahnya. Suatu perusahaan asuransi harus mempunyai nilai tambah yang membuat asuransi tersebut berbeda dari asuransi lainnya, sehingga tercipta kepuasan nasabah. Dalam kondisi ini nasabah bukan lagi sebagai pelengkap usaha tetapi sebagai partner bagi perusahaan asuransi.

Terjadinya penurunan pencapaian target dari perusahaan asuransi biasanya dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang berpengaruh adalah jenis produk asuransi yang ditawarkan, tarif, pemasaran dan manajemen, sedangkan faktor eksternal yang ada adalah masalah perang tarif yang memang sulit dihindari di pasar asuransi serta persaingan antar perusahaan asuransi. Penelitian ini tidak mengkaji seluruh faktor modal dan faktor lainnya, namun hanya memfokuskan diri pada beberapa aspek penting dari pemasaran yang terkait dengan persaingan antar perusahaan penyedia jasa sejenis yaitu aspek kualitas pelayanan, tarif premi, kesadaran merek dan kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis berminat untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Premi dan Image Terhadap Kepuasan Nasabah pada Asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran”**.

yang tinggi akan mengurangi minat para pelaku investasi untuk berinvestasi terutama pada sektor perhotelan.

Tujuan Penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan

nasabah pada Asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran.

2. Untuk mengetahui pengaruh tarif premi terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran.
3. Untuk mengetahui pengaruh image terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, tarif premi dan image secara serempak terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang lebih baik ke berbagai kalangan, antara lain:

1. Bagi Perusahaan
Memberikan informasi bagi perusahaan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, tarif premi dan kesadaran merek terhadap kepuasan nasabah.
2. Bagi Peneliti
Dengan melakukan penelitian ini dapat menyelaraskan antara teori dengan penerapannya di lapangan dan menambah ilmu serta wawasan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, tarif premi, kesadaran merek dan kepuasan nasabah.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dan informasi bagi pihak yang berkepentingan untuk mengkaji masalah yang sama di masa yang akan datang.

II. Tinjauan Pustaka

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. (Gronroos dalam Ratminto & Winarsih, 2010;2).

Salah satu jasa yang semakin dibutuhkan masyarakat dewasa ini ialah jasa asuransi. Kebutuhan akan jasa asuransi makin dirasakan, baik oleh perorangan maupun dunia usaha di Indonesia. Asuransi merupakan sarana finansial dalam tata kehidupan rumah tangga, baik dalam menghadapi risiko kematian, atau dalam menghadapi risiko atas harta benda yang dimiliki. Demikian pula dunia usaha dalam menjalankan kegiatannya, menghadapi berbagai risiko yang mungkin dapat mengganggu kesinambungan usahanya. Walaupun banyak metode untuk menangani risiko, namun asuransi merupakan metode yang paling banyak dipakai. Asuransi menjanjikan perlindungan kepada pihak tertanggung terhadap risiko yang dihadapi perorangan maupun risiko yang dihadapi perusahaan (Darmawi, 2006:1).

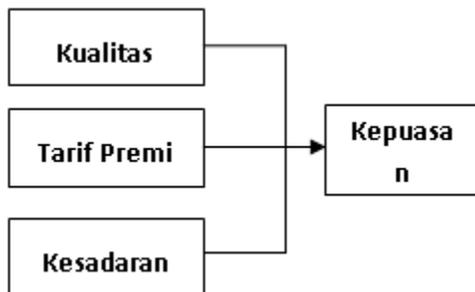
Harga merupakan jumlah uang (satuan moneter) dan/ atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas tertentu untuk mendapatkan suatu jasa (Tjiptono, 2014;227). Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga

yang sama terhadap semua pembeli. (Umar, 2010;32).

Image atau citra merupakan persepsi konsumen terhadap perusahaan dan produk serta pelayanannya. Perilaku konsumen setelah membeli atau menggunakan suatu produk perusahaan antara lain ditentukan oleh image atau citra perusahaan tersebut menurut persepsi konsumen. Image atau citra yang baik suatu perusahaan di kalangan masyarakat konsumen pada akhirnya akan berdampak pula terhadap kepercayaan dan kepuasan konsumen.

Menurut Lupiyoadi (2009:195), kepuasan konsumen adalah suatu penilaian yang diberikan oleh konsumen setelah menggunakan jasa. Penilaian kepuasan dilakukan oleh konsumen mengacu pada penilaian tentang seluruh pengalamannya selama menjadi pengguna jasa.

Kerangka konseptual penelitian ini adalah:



Gambar 2,1 Kerangka Konseptual

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2010;70).

Berdasarkan landasan teori dan kerangka konseptual di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah kualitas pelayanan, tarif premi dan image secara serempak dan

parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran.

BAB III Metode Penelitian

Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran pada Tahun 2014 – 2017 yang berjumlah 3636 Nasabah, sementara jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin.

Jenis data yang dikumpulkan untuk mendukung variabel yang diteliti adalah data primer yang diperoleh langsung dengan menyebarkan daftar pertanyaan (*kuesioner*) kepada nasabah asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran dan melakukan wawancara (*interview*) dengan pimpinan PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran.

Data sekunder dalam bentuk dokumen-dokumen tertulis atau laporan yang diperlukan untuk mendukung penelitian pada PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran.

Untuk memperoleh data yang lengkap dan teliti, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

Daftar Pertanyaan (*Questionnaire*) yang diberikan kepada nasabah Asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Wawancara (*Interview*) dengan kepada pimpinan PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran.

Studi dokumentasi dengan mengumpulkan dan mempelajari dokumen yang relevan dan mendukung penelitian, antara lain laporan perusahaan yaitu laporan premi asuransi dan laporan target tahunan di PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier. Analisis regresi linier terdiri dari dua bagian yaitu analisis Regresi Linier Sederhana dan analisis Regresi Linier Berganda.

IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan Statistik Deskriptif

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

| | Frequency | Percent |
|-----------------|-----------|---------|
| Laki-Laki | 47 | 48,5 |
| Valid Perempuan | 50 | 51,5 |
| Total | 97 | 100,0 |

Sumber : Hasil Penelitian Diolah (2018)

Tabel 4.1 menunjukkan loyalitas nasabah berdasarkan jenis kelamin responden adalah perempuan sebesar 48,5% dan laki-laki sebesar 51,5%.

Tabel 4.2
Pendidikan

| | Frequency | Percent |
|-----------|-----------|---------|
| SMP | 16 | 16,5 |
| SMA/SMK | 54 | 55,7 |
| Valid D-3 | 11 | 11,3 |
| S-1 | 16 | 16,5 |
| Total | 97 | 100,0 |

Sumber : Hasil Penelitian Diolah (2018)

Tabel 4.2 menunjukkan loyalitas nasabah responden adalah pendidikan SMP sebesar 16,5%, pendidikan SMA/SMK sebesar 55,7%, pendidikan D3 sebesar 11,3% dan pendidikan S-1 sebesar 16,5%.

Tabel 4.3
Pekerjaan

| | Frequency | Percent |
|------------------------|-----------|---------|
| Pegawai Negeri Sipil | 18 | 18,6 |
| Pegawai Swasta | 29 | 29,9 |
| Valid Ibu Rumah Tangga | 26 | 26,8 |
| Pelajar / Mahasiswa | 24 | 24,7 |
| Total | 97 | 100,0 |

Sumber : Hasil Penelitian Diolah (2018)

Tabel 4.3 menunjukkan loyalitas nasabah responden berdasarkan pekerjaan adalah pegawai negeri sipil 18,6%, pegawai swasta 29,9%, Ibu Rumah Tangga 26,8% dan mahasiswa atau pelajar 24,7%.

1) Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Instrumen variabel Kualitas Pelayanan (X_1) yang digunakan terdiri dari 5 butir pertanyaan. Adapun nilai r hitung untuk masing-masing item pertanyaan pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1) diperoleh dari hasil uji validitas terdapat pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Output Uji Validitas Kualitas Pelayanan

| Item-Total Statistics | | | | |
|-----------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Pertanyaan 1 | 15.78 | 5.067 | .482 | .707 |
| Pertanyaan 2 | 15.81 | 4.965 | .492 | .704 |
| Pertanyaan 3 | 15.98 | 4.958 | .505 | .699 |
| Pertanyaan 4 | 15.94 | 4.871 | .499 | .702 |
| Pertanyaan 5 | 15.91 | 4.898 | .556 | .681 |

Jadi masing-masing item pertanyaan pada instrumen variabel Kualitas Pelayanan (X_1) memiliki nilai r hitung $> 0,3$. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pertanyaan instrumen variabel Kualitas Pelayanan (X_1) tersebut dikatakan valid.

2) Uji Validitas Instrumen Variabel Tarif Premi (X_2)

Instrumen variabel Tarif Premi (X_2) yang digunakan terdiri dari 4 butir pertanyaan. Adapun nilai r hitung untuk masing-masing item pertanyaan pada variabel Tarif Premi (X_2) diperoleh dari hasil uji validitas terdapat pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 4.9

Hasil Output Uji Validitas Tarif Premi
Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Pertanyaan 1 | 11.75 | 3.646 | .639 | .797 |
| Pertanyaan 2 | 11.68 | 3.657 | .727 | .758 |
| Pertanyaan 3 | 11.79 | 3.790 | .608 | .810 |
| Pertanyaan 4 | 11.60 | 3.639 | .669 | .782 |

Berdasarkan uraian data di atas masing-masing menunjukkan bahwa masing-masing butir pertanyaan pada instrumen variabel Tarif Premi (X_2) memiliki nilai r hitung $> 0,3$. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pertanyaan instrumen variabel Tarif Premi (X_2) tersebut dikatakan valid.

3) Uji Validitas Instrumen Variabel Image (X_3)

Instrumen pengukuran variabel Image (X_3) yang digunakan terdiri dari 4 butir pertanyaan. Adapun nilai r hitung untuk masing-masing item pertanyaan pada variabel Image (X_3) diperoleh dari hasil uji validitas terdapat pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 4.10

Hasil Output Uji Validitas Image
Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Pertanyaan 1 | 11.47 | 3.585 | .675 | .760 |
| Pertanyaan 2 | 11.73 | 3.532 | .600 | .798 |
| Pertanyaan 3 | 11.70 | 3.795 | .629 | .781 |
| Pertanyaan 4 | 11.67 | 3.598 | .677 | .759 |

Berdasarkan uraian data di atas masing-masing menunjukkan bahwa masing-masing butir pertanyaan pada instrumen variabel Image (X_3) memiliki nilai r hitung $> 0,3$. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pertanyaan instrumen variabel Image (X_3) tersebut dikatakan valid.

4) Uji Validitas Instrumen Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Instrumen pengukuran variabel Kepuasan Nasabah (Y) yang digunakan terdiri dari 3 butir pertanyaan. Adapun nilai r hitung untuk masing-masing item pertanyaan pada variabel Kepuasan Nasabah (Y) diperoleh dari hasil uji validitas terdapat pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Output Uji Validitas Kepuasan
Nasabah

| Item-Total Statistics | | | | |
|-----------------------|-----------------------|---------------------------|----------------------------------|-----------------------------|
| | Scale Mean if Deleted | Scale Variance if Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Deleted |
| Pertanyaan 1 | 7.74 | 2.006 | .538 | .756 |
| Pertanyaan 2 | 7.64 | 1.712 | .628 | .658 |
| Pertanyaan 3 | 7.65 | 1.834 | .643 | .642 |

Berdasarkan uraian data di atas masing-masing menunjukkan bahwa masing-masing butir pertanyaan pada instrumen variabel Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai r hitung $> 0,3$. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pertanyaan instrumen variabel Kepuasan Nasabah (Y) tersebut dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Dari hasil uji Reliabilitas yang digunakan untuk melihat nilai *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing instrumen variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4.12
Nilai Cronbach's Alpha Instrumen
Variabel Penelitian

| No | Variabel | Cronbach's Alpha | Kriteria Reliabilitas | Keterangan |
|----|--------------------------------------|------------------|-----------------------|------------|
| 1. | Kualitas Pelayanan (X ₁) | 0,743 | > 0,60 | Reliabel |
| 2. | Tarif Premi (X ₂) | 0,831 | > 0,60 | Reliabel |
| 3. | Image (X ₃) | 0,821 | > 0,60 | Reliabel |
| 4. | Kepuasan Nasabah | 0,768 | > 0,60 | Reliabel |

Berdasarkan tabel di atas, masing-masing instrumen variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrumen variabel yang digunakan, yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X₁), Tarif Premi (X₂) dan Image (X₃) sebagai variabel bebas, serta Kepuasan Nasabah (Y) sebagai variabel tidak bebas dapat dikatakan telah reliabel atau memenuhi kriteria reliabilitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda ini bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan (X₁), Tarif Premi (X₂) dan Image (X₃) sebagai variabel bebas, serta Kepuasan Nasabah (Y) asuransi pada PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran, sebagai variabel tidak bebas. Analisis Regresi Linier Berganda ini dilakukan menggunakan model persamaan regresi berikut :

| Coefficients ^a | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients |
| | B | Std. Error | Beta |
| (Constant) | ,031 | ,277 | |
| 1 Kualitas Pelayanan | ,386 | ,157 | ,324 |
| Tarif Premi | ,331 | ,122 | ,320 |
| Image | ,253 | ,105 | ,243 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dari tabel di atas dapat diketahui konstanta dan koefisien persamaan regresi sebagai berikut:

$$a = 0,031; \quad b_1 = 0,386; \quad b_2 = 0,331; \quad b_3 = 0,253$$

Berdasarkan konstanta dan koefisien regresi tersebut, maka model persamaan Regresi Linier Berganda yang diperoleh dalam penelitian ini adalah :

$$Y = 0,031 + 0,386X_1 + 0,331X_2 + 0,253X_3 + e$$

Dari model persamaan regresi yang diperoleh di atas berarti variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Tarif Premi (X_2) dan *Image* (X_3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Dengan kata lain, semakin baik Kualitas Pelayanan, Tarif Premi dan *Image*, maka semakin meningkat Kepuasan Nasabah.

Uji Simultan (Uji F)

Nilai F hitung dan Probabilitas (sig) yang digunakan dalam uji F ini diperoleh dari hasil analisis Regresi menggunakan SPSS pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Output Uji F (Simultan)
ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Regression | 27,508 | 3 | 9,169 | 69,354 | ,000 ^b |
| Residual | 12,295 | 93 | ,132 | | |
| Total | 39,803 | 96 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah
b. Predictors: (Constant), Image, Tarif Premi, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel di atas maka nilai F hitung adalah sebesar 69,354 dan Probabilitas (sig) = 0,000.

Sedangkan nilai F tabel yang diperoleh dari tabel distribusi F pada :

Derajat bebas pembilang = Jumlah Variabel (k) - 1 = 4 - 1 = 3;

Derajat bebas penyebut = Jumlah Sampel (n) - Jumlah Variabel (k) = 97 - 4 = 93;

Tingkat signifikansi (α) = 0,05; adalah sebesar 2,70

Jadi : $F_{hitung} (69,354) > F_{tabel} (2,70)$ dan Probabilitas (sig) (0,000) < α (0,05), sehingga \rightarrow hipotesis H_a diterima.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan, tarif premi dan image secara serempak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran.

Uji Parsial (Uji t)

Nilai t hitung dan tsig diperoleh dari hasil analisis Regresi menggunakan SPSS pada tabel dibawah inisebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Output Uji t (Parisal)
Coefficients^a

| Model | t | Sig. |
|-------------------------|-------|------|
| 1 (Constant) | .112 | .911 |
| Kualitas Pelayanan (X1) | 2.454 | .016 |
| Tarif Premi (X2) | 2.702 | .008 |
| Image (X3) | 2.403 | .018 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan nilai t hitung dan tsig dari variabel tersebut, maka uji parsial masing-masing variabel bebas adalah:

Uji parsial variabel Kualitas Pelayanan (X_1) t hitung (2,454) > t tabel (1,985) dan tsig (0,016) < α (0,05); sehingga \rightarrow hipotesis H_a diterima.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran.

Uji parsial variabel Tarif Premi (X_2) t hitung (2,403) > t tabel (1,985) dan tsig (0,018) < α (0,05); sehingga \rightarrow hipotesis H_a diterima.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Tarif Premi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah

Asuransi pada PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran.

Uji parsial variabel Image (X_3)

t hitung (2,702) > t tabel (1,985) dan tsig (0,008) < α (0,05); sehingga \rightarrow hipotesis H_a diterima.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Image berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Asuransi pada PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran.

V. Kesimpulan dan Saran

Dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka dapat ditarik kesimpulan hasil penelitian ini sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran. Hasil ini disimpulkan berdasarkan hasil uji parsial variabel Kualitas Pelayanan (X_1) yang memperoleh nilai t hitung (2,454) > t tabel (1,985) dan tsig (0,016) < α (0,05); sehingga hipotesis H_a diterima.
2. Tarif Premi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Asuransi pada PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran. Hal ini disimpulkan berdasarkan hasil uji parsial variabel Tarif Premi (X_2) yang memperoleh nilai t hitung (2,403) > t tabel (1,985) dan tsig (0,018) < α (0,05); sehingga hipotesis H_a diterima.
3. Image berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Asuransi pada PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran. Hal ini

disimpulkan berdasarkan hasil uji parsial terhadap variabel Image (X_3) yang memperoleh nilai t hitung (2,702) > t tabel (1,985) dan tsig (0,008) < α (0,05); sehingga hipotesis H_a diterima.

4. Kualitas pelayanan, tarif premi dan image berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran. Hal ini disimpulkan berdasarkan hasil uji simultan yang mana memperoleh nilai F_{hitung} (69,354) > F_{tabel} (2,70) dan Probabilitas (sig) (0,000) < α (0,05), sehingga hipotesis H_a diterima..

Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian ini, maka saran yang dapat dikemukakan antara lain sebagai berikut :

1. Pihak perusahaan hendaknya selalu berupaya mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya, karena kualitas pelayanan salah satu faktor penting untuk mendukung terciptanya kepuasan nasabah.
2. Guna mengoptimalkan pangsa pasar dan tingkat penjualan produknya, maka pihak perusahaan hendaknya menetapkan kebijakan tarif/harga premi secara efektif yang dapat memuaskan bagi nasabah dan mampu bersaing dengan produk sejenis lainnya.
3. Pihak manajemen perusahaan hendaknya selalu berupaya menciptakan *image* yang baik di kalangan masyarakat konsumen/nasabah terhadap perusahaan, agar kepuasan

konsumen atau nasabah lebih ditingkatkan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amrin, Abdullah. Asuransi Syariah: Keberadaan dan Kelebihannya di Tengah Asuransi Konvensional, Jakarta: IKAPI, 2006.
- [2] Ali, A. Hasymi. Bidang Usaha Asuransi. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- [3] Darmawi, Herman. Manajemen Asuransi, Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- [4] Djojosoedarso, Soeiso. Prinsip-Prinsip Manajemen Resiko Asuransi. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- [5] Gassing, Syarifudin S, dan Suryanto. Public Relations. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016.
- [6] Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- [7] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. Marketing Pemasaran. Jilid Satu, Edisi Ketigabelas, Cetakan Kedua. Jakarta: PT. Indeks, 2009.
- [8] Kotler Philip & Kevin Lane Keller. Manajemen Pemasaran. Jilid 1-2. Edisi Ketiga Belas, Erlangga, Jakarta, 2009.
- [9] Kotler, Philip & Gary Armstrong. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Keduabelas, Jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2008.
- [10] Lupiyoadi, Rambat, 2009, Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- [11] Nurjaman, Kadar dan Khairul Umam. Komunikasi Publik Relation, Pustaka Setia: Bandung, 2012.
- [12] Ratminto & Atik Septi Winarsih. Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen Charter dan Standar Pelayanan Minimal, Cetakan VII, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010.
- [13] Ruslan, Rosady. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi, PT. Raja Grafindo : Jakarta, 2014.
- [14] Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. Dasar-dasar Public Relation, Remaja Rosdakarya: Bandung. 2010.
- [15] Sudjana. Metode Statistika, Bandung: Penerbit Tarsito, 2009.
- [16] Sugiyono. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta, 2010.
- [17] Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, Cetakan Ke-20, Bandung : CV. Alfabeta, 2014.
- [18] Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. Service, Quality, & Satisfaction, Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- [19] Tjiptono, Fandy. Manajemen Jasa, Yogyakarta: Andy Offset, 2007.
- [20] Tjiptono, Fandy. Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian, Yogyakarta : Andi Offset, 2014.
- [21] Umar, Husein. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2010.
- [22] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian.
- Jurnal:
- [23] Mulyaningsih, Luh Ayu. “Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP di Denpasar”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Bali, Indonesia. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 1, 2016: 1-30.
- [24] Rooswitasari, Tyas, Sri Suryoko, Ngatno. “Pengaruh Ekuitas Merek, Personal Selling, Dan Harga Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Takaful Dana Pendidikan Pada Asuransi Takaful Keluarga Kantor Representatif Kebumen”. Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Vol. 4, No. 4, 2015: 244 – 255.
- [25] Sondakh, Conny. “Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado).” Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol.3, No.1, 2014:19-32.
- Skripsi:
- [26] Randy, M. Fuad. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Image Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sulselbar Makassar”. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin, 2011.
- [27] Syurdiah. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru”. Skripsi Program S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2012.