

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PADA ASURANSI KECELAKAAN (STUDI KASUS
PT JASA RAHARJA PERWAKILAN TK I MEDAN)**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

EMA MALINI
NIM 55154039

Program Studi
ASURANSI SYARIAH



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2019

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PADA ASURANSI KECELAKAAN (STUDI KASUS
PT JASA RAHARJA PERWAKILAN TK I MEDAN)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Jurusan Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Disusun Oleh:

EMA MALINI
NIM 55154039

Program Studi

ASURANSI SYARIAH



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

MEDAN

2019 M/ 1440

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ema Malini
NIM : 55154039
Tempat/tgl Lahir : Kutacane/ 05 Oktober 1996
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Perjuangan No.180

Menyatakan dengan ini sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA ASURANSI KECELAKAAN (STUDI KASUS PT JASA RAHARJA PERWAKILAN TK 1 MEDAN)”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, Juli 2019

Yang membuat pernyataan

Ema Malini
NIM.55154039

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PADA ASURANSI KECELAKAAN (STUDI KASUS
PT JASA RAHARJA PERWAKILAN TK I MEDAN)**

Oleh :

Ema Malini
Nim. 55154039

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Asuransi Syariah
Medan 15 Juli 2019

Pembimbing I

Sri Ramadhani,SE,MM
NIP.197510152005012004

Pembimbing II

Muhammad Syahbudi, S.EI,M.A
NIB. 1100000094

Mengetahui

Ketua Jurusan Asuransi Syariah

Yusrizal, SE,M.Si
NIP.197505222009011006

ABSTRAK

Emal Malini, Nim 55154039. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi Kecelakaan (Studi Kasus PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan)”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi Kecelakaan (Studi Kasus PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan), dengan jumlah populasi 7.194 nasabah dengan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah melalui kuisioner yaitu dengan cara menyebar kuisioner. Uji prasyarat analisis meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Teknik analisis data dengan menggunakan uji t, uji f, regresi linear berganda dan uji koefisien determinan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Nasabah PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan, dengan $t_{hitung} 2,281 > t_{tabel} 1,66365$ dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,025, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan Keandalan terhadap Kepuasan Nasabah PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan, dengan $t_{hitung} 4,198 > t_{tabel} 1,66365$ dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan Ketanggapan terhadap Kepuasan Nasabah PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan, dengan $t_{hitung} 5,533 > t_{tabel} 1,66365$ dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan Jaminan terhadap Kepuasan Nasabah PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan, dengan $t_{hitung} 4,599 > t_{tabel} 1,66365$ dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 (5) terdapat pengaruh positif dan signifikan Jaminan terhadap Kepuasan Nasabah PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan, dengan $t_{hitung} 2,099 > t_{tabel} 1,66365$ dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,039 (6) terdapat pengaruh positif dan signifikan Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, dan Empati terhadap Kepuasan Nasabah PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan dengan $F_{hitung} 190,147 > F_{tabel} 3,10$ dan nilai signifikansinya lebih kecil daripada 0,05 yaitu 0,000.

Kata kunci: Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati dan Kepuasan Nasabah.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, berkat limpah dan rahmat taufiq, inayah, dan hidayah Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sesuai dengan kemampuan penulis ketika skripsi ini di munaqasahkan. Shalawat dan salam penulis sampaikan kehadiran Nabi besar Muhammad SAW serta keluarga dan para sahabat.

Skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Kecelakaan (Studi Kasus PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan).**” Yang diselesaikan untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Asuransi Syariah prodi Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN-SU)

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis banyak menghadapi rintangan dan hambatan. Namun, Alhamdulillah berkat bimbingan dari Ibu Sri Ramadhani, SE,MM dan Bapak Muhammad Syahbudi, MA sebagai pembimbing I dan pembimbing II tersebut dapat diatasi. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih atas bimbingan yang telah diberikan.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Saidurrahman, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Andri Soemitra,MA selaku dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri Sumatera Utara yang sangat saya cintai.
3. Bapak Yusrizal,SE,M.SI selaku ketua Jurusan Asuransi Syariah, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Ucapan terima kasih terdalam kepada Penasehat Akademik (PA) Dr.Chuzaimah Batubara. MA yang selalu memberikan motivasi.
5. Bapak Muhammad Syahbudi selaku Pembimbing II yang sangat begitu banyak membantu saya mengerjakan skripsi dan selalu mau meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengarahan kepada saya dan kembaran untuk menyusun skripsi yang sangat kami sukai.

6. Ucapan terima kasih kepada Ibu Sri Ramadhani yang sangat baik masyaAllah sehingga kami dapat lebih mengerti akan penulisan skripsi bersama kembaran saya.
7. Ucapan terima kasih kepada Bapak Kepala Cabang Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan yaitu pak Gannis Indra Setyawan, SH,AAAI-K.,CRMO serta karyawan-karyawan PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan yang telah memberikan data dan informasi kepada penulis untuk mendukung penyelesaian skripsi ini. Dan ucapan terkhusus penulis sampaikan kepada Pak Jenius Romadhani dan Pak Abu yang begitu ramah tamah dan murah senyum kepada kami saat meminta data. Yang kadang kami juga bingung mau minta data apa hehehehe.
8. Teristimewa Untuk Pae Saya Zailani Selian dan Mae saya Selamah tercinta,Saudara-saudara tersayang dan tercinta saya Emi Malina selaku kembaran, Mala niara dan Wanda Parhan Aulia S. Yang telah banyak memberikan dukungan baik moril maupun materil untuk keberhasilan penulis dalam menyelesaikan perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN-SU).
9. Ucapan terima kasih kepada Pak Apun Adnan Hutapea SE, Apun Rukimah Zubir Spd.i, Pak Ayang Dayat SE, Mak Ayang Sariani dan adik-adik tersayang kami Ammar zakwan Hutapea, Yumna Khairiyah, Fatan Alim Firdaus, Alya Nafilsah, Fatimah AL-Khanza yang amat kak MaMi sayang.
10. Ucapan terima kasih kepada Kakak Tersayang Lisa Elianti Nasution SE yang tidak bosan-bosannya mengajari kami dan memberikan dukungan dan membantu dalam mengerjakan skripsi.
11. Terima kasih juga kepada geng saya GS yang bernama Eka Leviana, Ismaidar, Junita Nasution Dan Rizky Nova Subaria Marpaung serta kawan-kawan sekelas yang seperjuangan yang tidak saya sebut namanya satu persatu yang selalu mendukung saya dalam mengerjakan skripsi.

12. Terima kasih juga kepada kawan beda kelas saya Mahrum dan Tanti yang sudah seperti adik yang selalu berbagi cerita suka duka pada saat menyelesaikan penulisan skripsi ini
13. Terima kasih banyak-banyak kepada teman sekelas Asuransi Syariah (A) dari tahun 2015 hingga sekarang ini yang masih memberikan informasi dan semoga pertemanan terjalin sampai til jannah.
14. Terima kasih juga kepada The geng, NEESS, Dan terspesial KKN The Geng yang sering kami sebut BTC dimana bermemberikan Lutfi Putri Dinnah, Silvy Asri Siregar, Ismaidar, Dwi Mutia Lubis, M.Najib, Vikry Aulia, dan Hisyam Ali yang memberikan dukungan doa hehehehe.
15. Terima kasih juga kepada adik-adik yang begitu banyak sehingga kalau di buat namanya tidak muat kertas badai membahana ini. Intinya terima kasih banyak kepada sahabat, kawan, kakak, adik, kawan baru kenal, kawan setengah kawan, penulis ucapkan terima kasih banyak sebanyak-banyaknya.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekeliruan, baik dari segi penulisan dan penyusunannya. Oleh karena itu, penulis masih menerima kritikan dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penelitian ini.

Di samping itu, penulis juga berharap semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis khususnya. Amin Ya Rabbal Alamin.

Medan, 15 Juli 2019

Penulis

Ema Malini

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR GRAFIK	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORITIS	
A. Kualitas Pelayanan	10
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	10
2. Faktor-Faktor Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan	12
3. Indikator Kualitas Pelayanan	13
4. Dimensi Kualitas Pelayanan	13
5. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam	15
B. Kepuasan Nasabah	20
1. Pengertian Kepuasan	20
2. Faktor-Faktor Yang Menentukan Tingkat Kepuasan.....	23
3. Indikator Kepuasan Nasabah	24
4. Mengukur Kepuasan Nasabah	24
5. Kepuasan Dalam Perspektif Islam	26
C. Penelitian Dahulu	28
D. Kerangka Pemiikiran	28
E. Hipotesis Penelitian	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
C. Populasi dan Sampel	30
D. Defenisi Operasional	32
E. Jenis dan Sumber Data	35
F. Teknik Pengumpulan Data	36
G. Teknik Analisis Data	37

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	44
1. Sejarah Umum PT Jasa Raharja	44
2. Logo Perusahaan, Visi dan Misi.....	49
3. Struktur Organisasi Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan	51
4. Deskripsi Tugas Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan.....	53
B. Hasil Penelitian	56
1. Identitas Responden.....	57
2. Uji Kualitas Data	57
3. Uji Asumsi Klasik	65
C. Pembahasan Penelitian	75

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	79
B. Saran	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Asuransi Kecelakaan Tahun 2015-2018.....	6
Tabel 3.1 Defenisi Operasional	31
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert	35
Tabel 4.1 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Identitas Responden Menurut Usia	56
Tabel 4.3 Uji Validitas Bukti Fisik	58
Tabel 4.4 Uji Reabilitas Bukti Fisik	58
Tabel 4.5 Uji Validitas Kehandalan	59
Tabel 4.6 Uji Reabilitas Kehandalan	59
Tabel 4.7 Uji Validitas Ketanggapan	60
Tabel 4.8 Uji Reabilitas Ketanggapan	60
Tabel 4.9 Uji Validitas Jaminan	61
Tabel 4.10 Uji Reabilitas Jaminan	61
Tabel 4.11 Uji Validitas Empati	62
Tabel 4.12 Uji Reabilitas Empati	62
Tabel 4.13 Uji Validitas Kepuasan	63
Tabel 4.14 Uji Reabilitas Kepuasan	64
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Kolmogorov-Smirnov Terst	65
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t)	71
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji F)	73
Tabel 4.20 Hasil Uji Determinasi R ²	73

DAFTAR GAMBAR

Grafik 1.1 Jumlah Nasabah Asuransi Kecelakaan Tahun 2015-2018	6
Gambar 1.1 Gambar Konseptual	29
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	48
Gambar 4.2 Struktur Organisasi	51
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas	66
Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokedasitas	68

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan akan jasa asuransi kini makin dirasakan, baik perorangan maupun dunia usaha di Indonesia. Asuransi merupakan sarana finansial dalam tata kehidupan rumah tangga, baik dalam menghadapi resiko atas harta benda yang dimiliki. Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi barang-barang selain kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian, dan perumahan juga semakin meningkat. Begitu juga halnya kebutuhan untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan. Hal inilah yang disebut dengan *great leap forward* (kemajuan luar biasa) di sektor jasa. 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 resiko kematian, atau dalam menghadapi resiko atas harta benda yang dimiliki. Demikian pula usaha dalam menjalankan kegiatannya, menghadapi berbagai resiko yang mungkin dapat mengganggu kesinambungan usahanya. Walaupun banyak metode untuk menangani resiko, namun asuransi merupakan metode yang paling banyak dipakai. Asuransi menjanjikan perlindungan kepada pihak tertanggung terhadap resiko yang dihadapi perorangan maupun resiko yang dihadapi perusahaan. Dalam industri asuransi, setiap nasabah memiliki kriteria sendiri-sendiri untuk memilih perusahaan asuransi yang diinginkannya. Ada pemegang polis yang menginginkan suatu perusahaan asuransi bisa memberikan keuntungan lebih selain proteksi diri seperti bunga investasi yang tinggi. Ada pula nasabah yang menginginkan layanan yang lebih cepat, efisien, baik, dan harga yang bisa terjangkau. Kualitas pelayanan ialah suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain.

Asuransi kerugian adalah asuransi yang memberikan ganti rugi kepada tertanggung yang menderita kerugian barang atau benda miliknya, kerugian

dimana terjadi karena bencana atau bahaya terhadap pertanggung ini diadakan, baik kerugian berupa:1) kehilangan nilai pakai;2) kekurangan nilainya; dan3) kehilangan keuntungan yang diharapkan oleh tertanggung (UU No. 2 tahun 1992). Penanggung tidak membayar ganti rugi kepada tertanggung kalau selama jangka perjanjian obyek pertanggung tidak mengalami bencana atau bahaya yang dipertanggung. Pada dasarnya, asuransi dapat memberikan manfaat bagi pihak tertanggung, antara lain dapat memberikan rasa aman dan perlindungan, sebagai pendistribusian biaya dan manfaat yang lebih adil, polis asuransi dapat dijadikan jaminan untuk memperoleh kredit, sebagai tabungan dan sumber pendapatan, sebagai alat penyebaran risiko, serta dapat membantu meningkatkan kegiatan usaha.

Kemudian pemerintah mengeluarkan undang-undang dan menunjuk perusahaan tertentu dalam hal ini adalah perusahaan asuransi sebagai operasional penyelenggaraan undang-undang No. 33 dan No 34 tahun 1994. Undang- undang tersebut berkaitan dengan memberikan perlindungan terhadap korban kecelakaan lalu lintas jalan. Kemudian berdasarkan surat keputusan bersama kepala kepolisian republik indonesia. Direktur jenderal pemerintah umum dan otonomi daerah tentang pedoman tata laksana Sistem Administrasi Manunggal di Bawah Satu Atap (SAMSAT) menyatakan dalam memenuhi kewajiban dibidang, pendaftaran kendaraan bermotor, pembayarn pajak kendaraan bermotor, bea balik nama kendaraan bermotor dan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ).¹ Kondisi persaingan pada sektor jasa yang semakin meningkat, mengharuskan perusahaan untuk terus meningkatkan layanan konsumennya. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan tersebut adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan jasa (*service quality*) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan

¹Buku PanduanManual Administrasi Bidang Pelayanan Jasa Raharja, (Jakarta:Balai Pustaka,2014),h.24.

konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu : *expected service* dan *perceived service*. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai yang diharapkan, maka kualitas yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika, pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang sangat memuaskan. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang asuransi sosial memegang peranan yang sangat penting. Sebagai perusahaan yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabahnya, beberapa faktor yang akan menentukan kepuasan nasabah asuransi ialah kualitas pelayanannya. Kehadiran PT Jasa Raharja (persero) Perwakilan TK 1 Medan memberikan perlindungan dasar kepada masyarakat melalui 2 (dua) program asuransi sosial, yaitu asuransi kecelakaan penumpang alat angkutan umum yang dilaksanakan berdasarkan undang-undang No. 33 tahun 1964 tentang dana pertanggung jawaban kecelakaan penumpang serta asuransi tanggung jawab menurut hukum terhadap pihak ketiga yang dilaksanakan berdasarkan undang-undang No 34 tahun 1964 tentang dana kecelakaan lalu lintas jalan.

Keberhasilan suatu perusahaan asuransi juga sangat dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan tersebut dapat memuaskan nasabahnya, dan salah satunya dengan memberikan pelayanan kepada nasabah yang hendaknya diarahkan kepada pelayanan yang berkesinambungan. Kepuasan nasabah secara individu sangat sulit dicapai karena bermacam-macam keinginan setiap nasabah. Oleh karena itu setiap perusahaan asuransi mempunyai berbagai pendekatan untuk mendapatkan solusi yang bagus untuk nasabah. kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.²

²*Ibid.*h.45.

Dimensi kualitas pelayanan jasa adalah sebagai berikut: 1) *reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan; 2) *responsiveness* (daya tanggap) yaitu respons atau kesigapan dalam membantu pelanggan dengan memberikan layanan cepat, tepat dan tanggap serta mampu menangani keluhan para pelanggan secara baik; 3) *assurance* (jaminan) yaitu kemampuan karyawan tentang pengetahuan dan informasi suatu produk (*good product knowledge*) yang ditawarkan dengan baik, keramah-tamahan, perhatian, dan kesopanan dalam memberikan jaminan pelayanan yang terbaik. Dimensi jaminan (*assurance*) ini terdapat unsur-unsur sebagai berikut: (a) *competence* (kompetensi), keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki *customer service* dalam memberikan layanan kepada pelanggan, (b) *courtesy* (kesopanan), keramah-tamahan, perhatian dan sikap yang sopan, (c) *credibility* (kredibilitas), berkaitan dengan nilai-nilai kepercayaan, reputasi, prestasi yang positif dari pihak yang memberikan layanan; 4) *empathy* (empati), yaitu merupakan perhatian secara individual yang diberikan kepada pelanggan dan berusaha untuk memahami keinginan dan kebutuhan, serta mampu menangani keluhan pelanggan secara baik dan tepat. Dimensi *empathy* ini terdapat unsur-unsur lainnya yang terkait, yaitu (a) *access* (akses), kemudahan memanfaatkan dan memperoleh layanan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan (b) *communication* (komunikasi), kemampuan dalam komunikasi untuk penyampaian pesan, dan informasi kepada pelanggannya melalui berbagai media komunikasi, yaitu personal kontak, media publikasi/promosi, telepon, korespondensi, faximili, dan internet (c) *understanding the customer* (pemahaman terhadap pelanggan), kemampuan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan serta mampu menangani keluhan para pelanggannya; 5) *tangible* (bukti fisik) yaitu kenyataan yang berhubungan dengan penampilan fisik gedung, ruang *office lobby* atau *front office* yang representatif, tersedia tempat parkir yang layak, kebersihan, kerapian, aman dan kenyamanan di lingkungan perusahaan dipelihara secara baik.

Pelayanan merupakan kunci keberhasilan setiap usaha atau kegiatan yang bersifat jasa dengan menciptakan pelayanan yang baik hal ini akan mendorong timbulnya rasa puas dari nasabah atas pelayanan yang diberikan. Selain itu dengan pelayanan yang baik akan mendorong timbulnya kepercayaan nasabah kepada perusahaan, pada akhirnya akan terbentuklah citra yang positif perusahaan di mata masyarakat. Pelayanan tersebut juga membuat peserta merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan wajar.

Jadi, memang benar adanya kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada Nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan Nasabah serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan Nasabah dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan suatu perusahaan memuaskan nasabah. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang dipersepsikan, maka semakin meningkat kepuasan masyarakat. Kepuasan pelayanan yang diperoleh diharapkan berpotensi memberikan sejumlah manfaat spesifik diantaranya berdampak pada loyalitas masyarakat, menekan biaya komunikasi, pemasaran, penjualan dan layanan serta meningkatkan kepercayaan dari mitra kerja. Satu hal yang terpenting adalah pemberian kualitas pelayanan yang optimal akan mampu meningkatkan image perusahaan sehingga citra perusahaan di mata masyarakat terus meningkat pula. Faktor utama yang sangat memberi pengaruh adalah sumber daya manusia artinya, peran manusia (karyawan) yang memberikan pelayanan merupakan faktor utama dalam melayani disamping dukungan dari sarana prasarana serta kualitas produk yang ditawarkan.³

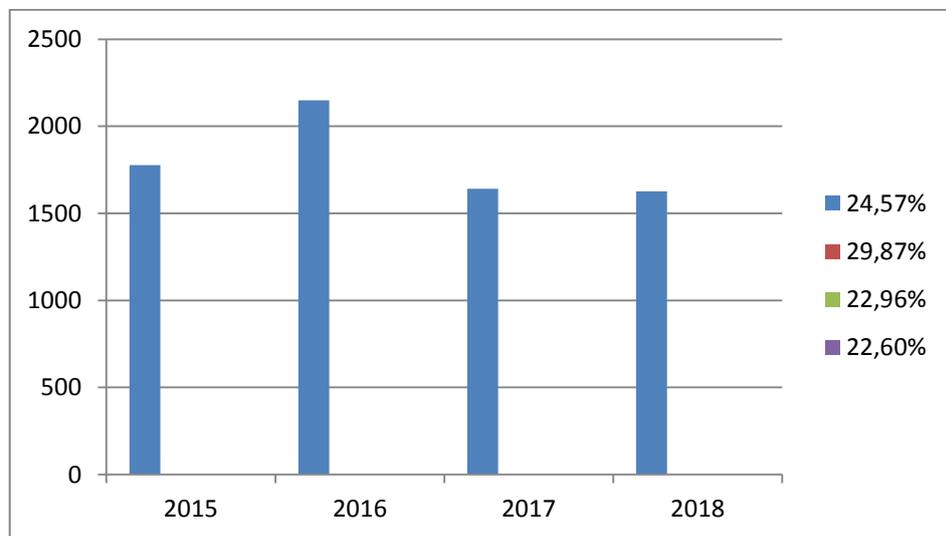
³*Ibid* .h.45.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Asuransi Kecelakaan PT Jasa Raharja Perwakilan
TK 1 Medan Dari Tahun 2015- 2018

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Nasabah (%)
1	2015	1,777	24,57
2	2016	2,149	29,87
3	2017	1,642	22,96
4	2018	1,626	22,60

Sumber : PT Jasa Raharja Perwakilan Medan

Gambar 1.1
Jumlah Nasabah Asuransi Kecelakaan PT Jasa Raharja Perwakilan
TK 1 Medan Dari Tahun 2015 – 2018.



Berdasarkan Grafik 1.1 dapat dilihat bahwa dari jumlah nasabah dari tahun ke tahun berfluktuasi. Yang dilihat dari tahun 2015 hingga 2018 PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan, dari tahun terus mengalami guncangan dan ketidakpastian jumlah nasabah.

Berdasarkan uraian di atas, penulis mencoba untuk mengetahui bagaimanakah kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah asuransi kecelakaan pada PT Jasa Raharja Perwakilan Medan, Khususnya dalam bidang asuransi kecelakaan sehingga dapat diketahui tingkat pencapaian kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah asuransi kecelakaan pada PT Jasa Raharja Perwakilan Medan. Dan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang masih perlu ditingkatkan terhadap kepuasan nasabah pada pelayanan asuransi kecelakaan pada PT Jasa Raharja Perwakilan Medan. Atas dasar itulah, penulis memilih judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi Kecelakaan di PT Jasa Raharja Perwakilan Tk 1 Medan.**”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan di Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan yang masih kurang baik
2. Jumlah nasabah asuransi kecelakaan PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan dari tahun 2015 – 2018 mengalami fluktuasi.
3. Pelayanan karyawan kecelakaan PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan tidak cepat .

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang terdapat dalam penelitian ini, serta banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan maka peneliti membatasi masalah hanya dengan menggunakan 1 faktor yaitu kepuasan nasabah pada pelayanan asuransi kecelakaan PT Jasa Raharja Perwakilan Medan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah diatas, maka rumusan dalam penelitian ini adalah:

1. Adakah korelasi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah asuransi kecelakaan PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan?
2. Apakah kualitas pelayanan secara keseluruhan (Bukti Fisik, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan, dan Empati) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan ?
3. Faktor-faktor kualitas pelayanan mana yang dominan terhadap tingkat kepuasan nasabah PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan ?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengukur hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi Bukti Fisik, Ketanggapan, Kehandalan, Jaminan, dan Empati terhadap kepuasan nasabah pada asuransi kecelakaan PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan
3. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan karyawan di PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan terhadap nasabah asuransi kecelakaan

F. Manfaat Penelitian

adapun Manfaat Penelitian dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti
Penelitian ini diharapkan akan dapat menambah pengetahuan atau berfikir dalam hal wawasan dibidang Asuransi khususnya Asuransi Jasa Raharja Perwakilan Medan serta sebagai ajang ilmiah untuk menerapkan berbagai teori yang diperoleh dibangku kuliah dalam pratek di lapangan.
2. Bagi PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan
Hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai saran dan pertimbangan bagi karyawan PT Jasa Raharja Perwakilan Medan dalam menentukan

kebijakan yang berkaitan kualitas pelayanan untuk kepuasan nasabah pada asuransi kecelakaan dan tercapainya tujuan perusahaan dan pihak yang bersangkutan.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini semoga bermanfaat bagi pembaca dalam rangka pemenuhan informasi dan referensi atau bahkan kajian dalam menambah ilmu pengetahuan khususnya perasuransian.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Defenisi kualitas mengandung banyak pengertian, menurut Kamus Bahasa Indonesia, Kualitas bearti : tingkat baik buruknya sesuatu, derajat atau taraf (kepandaian, kecakapan, dan sebagainya) atau mutu.

Pengertian kualitas menurut Fandy Tjiptono adalah sebagai berikut:⁴

- a. Kesesuaian dengan persyaratan
- b. Kecocokan untuk pemakaian
- c. Perbaikan berkelanjutan
- d. Bebas dari kerusakan atau kecacatan
- e. Pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat
- f. Melakukan segala sesuatu dengan benar
- g. Sesuatu yang membahagiakan pelanggan.

Pada instansi pemerintah orientasi bukan pada keuntungan, melainkan pada kepuasan pelanggan, dalam hal ini adalah kepuasan masyarakat pengguna jasa. Dalam mencapai tujuan tersebut, instansi pemerintah lebih memusatkan perhatiannya pada upaya untuk memberikan pelayanan pelanggan yaitu masyarakat sebagai pengguna jasa sebaik-baiknya. Pelayanan pada dasarnya merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada hakekatnya tidak terwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, proses produksinya mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Menurut Moenir definisi dari konsep pelayanan adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia berusaha, baik melalui aktivitas sendiri maupun secara tidak langsung melalui aktivitas orang lain.⁵ Aktivitas disini adalah suatu proses

⁴Fandy dan Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2000), h. 24.

⁵ Moenir , *Manajemen Pelayanan Umum Indonesia* , (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h.

penggunaan akal, pikiran, panca indra dan anggota badan atau tanpa alat bantu yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan baik dalam bentuk barang atau jasa. Proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain inilah yang dinamakan pelayanan. Proses yang dimaksud dalam pengertian pelayanan adalah pengertian proses terbatas dalam kegiatan manajemen dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Oleh karena itu pelayanan yang dimaksud adalah rangkaian organisasi manajemen. Meskipun demikian dalam arti luas proses menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan.

Berdasarkan pada pengertian diatas dapat dirangkum bahwa pelayanan merupakan bagaimana cara kita melayani kepada konsumen atau pengguna jasa, sehingga dengan pelayanan yang kita berikan akan dapat menumbuhkan rasa kepercayaan dan pelanggan merasa diperhatikan serta dipuaskan kebutuhannya. Pelayanan juga merupakan proses bantuan dan cara pemberi layanan (melayani) yang dilakukan kepada orang lain atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi. Pemberian pelayanan sebaiknya lebih menekankan kepada jiwa dan hati nurani seseorang, sehingga dalam dirinya akan tumbuh rasa puas. Jadi pelayanan merupakan aktivitas yang dilakukan dengan cara tertentu dalam rangka memberikan rasa kepuasan yang memerlukan kepekaan hubungan interpersonal untuk menumbuhkan kepercayaan sehingga pengguna jasa akan merasa diperhatikan dan dipuaskan kebutuhannya.

Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan konsepsi yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud (*intangibility*), bervariasi (*variability*), tidak tahan lama (*perishability*), serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan (*inseparability*). Konsep kualitas pelayanan dapat dipahami melalui perilaku pelanggan (*consumer behavior*), yaitu suatu perilaku yang dimainkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi suatu produk maupun pelayanan yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Menurut Ibrahim, kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk,

jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan tersebut.

Dari defenisi-defenisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi persepsi para konsumen atas pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar terus hidup.

2. Faktor-Faktor Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Faktor- faktor yang berpengaruh dalam meningkatkan kualitas pelayanan, sebagai berikut:

- a. Mendengarkan suara pelanggan untuk mendengarkan suara pelanggan perusahaan sudah semestisnya membangun sistem informasi kualitas pelayanan. Dengan mendengarkan suara pelanggan secara sistematis, akan mengarahkan pembuat keputusan untuk bisa membuat yang berhubungan dengan kualitas pelayanan.
- b. Memberikan pelayanan yang handal jika perusahaan sering membuat kesalahan dan tidak tepat janji, maka pelanggan akan kehilangan kepercayaan terhadap kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan. Jadi sikap keandalan merupakan karakteristik yang paling penting dalam menilai kualitas pelayanan.
- c. Memberikan dasar pelayanan dasar pelayanan sangat erat berkaitan dengan keandalan. Pelanggan menginginkan pelayanan yang baik bukan sekedar janji. Jadi perusahaan, dituntut bisa memberikan pelayanan yang fundamental bagi pelanggan.
- d. Pemulihan seringkali perusahaan membuat keadaan lebih buruk, karena mereka kurang mendorong pelanggan mencoba memecahkan masalah

yang ada, serta tidak memberikan otoritas pada karyawan untuk memecahkan masalah. Ada tiga kemungkinan yang terjadi dalam masalah pelayanan, yaitu : pelanggan mengadu dan memperoleh kepuasan jika mendapatkan respon dari perusahaan, pelanggan mengadu dan tetap tidak puas dengan respon perusahaan, pelanggan tidak mengadu pada perusahaan dan tetap tidak memperoleh kepuasan.

3. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Fandy Tjiptono, dalam mengevaluasi jasa yang bersifat *intangible*, konsumen umumnya menggunakan beberapa dimensi sebagai berikut :⁶

a. Bukti langsung (*Tangible*)

Bukti langsung meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

b. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

c. Daya tanggap (*Responsivane*)

Tanggapan yaitu keinginan para staff dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

d. Empati (*Emphaty*)

Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan mematuhi perturan para pelanggan.

⁶ Parasuraman, *Kualitas Pelayanan Publik*, (Yogyakarta: Gava Media, 2011), h. 23.

4. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Zaithmal yang dikutip dalam Majalah Usahawan Indonesia perwujudan kepasan pelanggan dapat diidentifikasi melalui lima dimensi kualitas pelayanan yaitu⁷: keandalan (*reability*): kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Keresponsifan (*responsiveness*): pemberian pelayanan secara cepat dan tanggap. Jaminan (*assurance*): pengetahuan, kemampuan, dan kesopanan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Empati (*empathy*): memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Berwujud (*tangible*): kebutuhan pelanggan yang berfokus pada penampilan barang atau jasa. Ini mencakup antara lain: fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan pegawai dan sarana komunikasi.

a. Jasa yang diharapkan

Model Serqual (kualitas pelayanan) menekankan arti penting harapan pelanggan sebelum membeli atau mengkonsumsi suatu jasa sebagai standar atau acuan dalam mengevaluasi kinerja jasa yang bersangkutan hasil penelitian Zeithaml, sebagaimana dikutip oleh Fandy Tjiptono⁸, menunjukkan bahwa terdapat 10 faktor utama yang memenuhi harapan pelanggan terhadap suatu jasa. Kesepuluh faktor tersebut diantaranya :

- 1) Harapan yang disebabkan oleh orang lain dan filosofi pribadi seseorang mengenai suatu jasa.
- 2) Kebutuhan pribadi, meliputi kebutuhan fisik, sosial, dan psikologis.
- 3) *Transitory service intensifiers*, terdiri atas situasi darurat yang membutuhkan jasa tertentu dan jasa terakhir yang pernah dikonsumsi pelanggan.
- 4) Persepsi pelanggan terhadap tingkat pelayanan perusahaan lain.
- 5) *Self-perceived role*, yaitu persepsi pelanggan terhadap tingkat keterlibatannya dalam proses penyampaian jasa.
- 6) Faktor situasional berada diluar kendali penyedia jasa

⁷ Zaitmal, “Membangun Kepuasan Nasabah Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan” (Majalah Manajemen Usahawan Indonesia, 1997)h.10-11.

⁸ Ibid, h.270.

- 7) Janji layanan eksplisit, baik berupa ikatn, personal selling, perjanjian, maupun komunikasi dengan karyawan penyedia jasa.
- 8) Janji layanan implisit, yang tercermin dari harg dan sarana pendukung jasa.
- 9) *Word of-mouth*, baik dari teman, keluarga, rekan kerja,pakar maupun publikasi media massa.
- 10) Pengalaman masa lampau atau masa lalu.

b. Jasa yang dipersepsikan

Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dari persepsi pelanggan. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, pelanggan lah yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan. Sayangnya, jasa memiliki karakteristik *variability*, sehingga kinerja acak kali tidak konsisten. Hal ini menyebabkan pelanggan menggunakan isyarat (output dan penyampaian jasa) dan isyarat eksrsinit (unsur-unsur pelengkap jasa).

5. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Dalam Islam kualitas pelayanan yang baik dilakukan tidak hanya bertujuan untuk mempertahankan konsumen dan meningkatkan jumlah konsumen ataupun nasabah semata, namun dalam Islam memberikan pelayanan yang baik kepada orang lain memang telah diperintahkan oleh Allah SWT dan dianjurkan sebagaimana dalam surat Luqman ayat 18:

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ

Artinya :

Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri.(QS Luqman Ayat 18)⁹

⁹ Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Hadist, (Jakarta:Lentera Abadi 2010)h.212

Berdasarkan dalil di atas, pelayanan yang baik harus dilaksanakan pada segala kegiatan termasuk kegiatan ekonomi (bermuamalah). Diantaranya yaitu :

a. Tata Krama

Dalam menjalankan segala aktivitas terutama kegiatan bisnis maka diperintahkan bagi orang yang beriman untuk menjaga tata krama seperti bermurah hati, sopan dan bersahabat saat melakukan dealing dengan sesama manusia. Rasulullah telah mengkategorikan bahwa orang yang beriman adalah orang yang bersahabat dengan orang lain dan orang lain bersahabat dengannya.¹⁰

Termasuk dalam murah hati dalam kualitas pelayanan diantaranya adalah kompensasi (bayaran), dengan arti memberikan bantuan kapan saja dibutuhkan tanpa berfikir tentang kompensasi yang akan didapat. Menghilangkan kesulitan yaitu dengan memberikan jalan keluar dengan kemudahan kepada konsumen ataupun nasabah yang mengalami kesulitan seperti tidak memberikan denda disaat nasabah telat membayar premi. Memberikan bantuan hal ini sangat jelas bahwa bantuan harus diberikan kepada orang lain terutama dalam melayani nasabah yang memerlukan bantuan.

b. Tauhid dan Ketaqwaan

Tauhid dan ketaqwaan merupakan kunci dari segala amal ibadah kita kepada Allah SWT termasuk dalam hal bermuamalah. Dengan tujuan agar segala bentuk aktivitas ibadah kita termasuk dalam bermuamalah, dapat membawa kita kepada ketaqwaan yang semakin meningkat.

Ekonomi islam adalah ekonomi ilmiah, karena titik berangkatnya dari Allah, tujuannya mencari ridha Allah, dan cara-caranya tidak bertentangan dengan syariat-Nya. Kegiatan ekonomi baik produksi, konsumsi, penukaran, maupun distribusi dikaitkan pada prinsip ilahiah dan pada tujuan ilahi. Manusia muslim memproduksi karena memenuhi perintah Allah, sebagaimana Firman Allah:

¹⁰ *Ibid* , h. 747.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ دَلْوًا فَاْمْتَشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ^{عَط}
وَإِلَى النَّشُورِ

Artinya :

“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”. (Al-Mulk : 15)¹¹

Oleh karena itu seorang muslim akan selalu merasa beribadah kepada Allah ketika dia menjalankan segala amal atau aktivitasnya seperti menanam, bekerja ataupun berdagang.¹²

Seorang muslim ketika membeli atau menjual, menyewakan dan memperkerjakan, melakukan penukaran dengan yang lain dalam harta atau berbagai kemanfaatannya, ia selalu tunduk kepada aturan Allah dalam muamalahnya¹³. Ia tidak akan berusaha dengan sesuatu yang haram seperti riba, penimbunan (*ihtikar*), zalim, menipu, berjudi (*maisir*), mencuri, menyuap (*ar-rasyi*), dan menerima suapan (*al-Mustasyi*), Allah meletakkan prinsip tauhid (ketaqwaan) sebagai prinsip utama dalam muamalah. Oleh karena itu, segala aktivitas dalam muamalah harus senantiasa mengarahkan para pelakunya dalam rangka untuk meningkatkan ketaqwaan kepada Allah. Allah sesungguhnya memberikan garansi kepada siapa saja perorangan maupun institusi atau lembaga yang melakukan praktek bisnis yang dilandasi oleh ketaqwaan kepada Allah.

c. Al-Adl (Sikap Adil)

Tidak berlebihan kiranya jika dikatakan keadilan merupakan inti semua ajaran yang ada di dalam Al-Qur'an. Al-Qur'an sendiri secara tegas menyatakan bahwa maksud diwahyukannya, adalah untuk membangun keadilan dan persamaan sebagaimana Allah Berfirman dalam surat Al-Hadid ayat 25 :

¹¹ Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Hadist, (Jakarta: Lentera Abadi 2010) h.123

¹² Muhammad Yusuf al-Qardawi, Penerjemah Zainul Arifin dan Dhliia Husin “ *Norma dan Etika Ekonomi Islam* ” (Jakarta,,Gema Insani : 2006) h. 31.

¹³ Muhammad Yusuf al-Qardhawi, Penerjemah Didin Hafidudin,Setiawan Budiutomo dan Aunur Rofiq Shaleh Tahmid.” *Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam* “ , (Jakarta: Rabbani Press,, 1998) h. 26.

لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ وَأَنْزَلْنَا
الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنْفَعٌ لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَنْ يَنْصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْغَيْبِ إِنَّ اللَّهَ
قَوِيٌّ عَزِيزٌ

Artinya :

“ Sesungguhnya kami telah mengutus rasul-rasul kami dengan membawa bukti-bukti yang nyata dan telah kami turunkan bersama mereka al kitab dan neraca (keadilan) supaya manusia dapat melaksanakan keadilan. Dan kami ciptakan besi yang padanya terdapat kekuatan yang hebat dan berbagai manfaat bagi manusia, (supaya mereka mempergunakan besi itu) dan supaya Allah mengetahui siapa yang menolong (agama) Nya dan rasul-rasul nya padahal Allah tidak dilihatnya. Sesungguhnya Allah maha kuat lagi maha perkasa.” (QS. Al- Hadid : 25)¹⁴

Sesungguhnya pilar penyangga kebebasan ekonomi yang berdiri di atas pemuliaan fitrah dan harkat manusia disempurnakan dan di tentukan oleh pilar penyangga yang lain, yaitu “ keadilan “¹⁵. Keadilan dalam islam bukanlah yang sekunder, ia adalah cikal bakal dan fondasi kokoh yang memasuki semua ajaran dan hukum islam berupa aqidah, syariah dan akhlak (moral).

d. Al-Amanah (Terpercaya dan Jujur)

Amanah merupakan nilai transaksi yang terpenting dalam bisnis¹⁶. Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya. Tidak mengambil sesuatu melebihi sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hakorang lain, baik berupa harta atau upah. Kehidupan agama tidak akan berdiri tegak dan kehidupan

¹⁴ Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Hadist, (Jakarta: Lentera Abadi 2010) h. 211

¹⁵ *Ibid.* h . 20.

¹⁶ *Ibid.* h . 161.

agama tidak akan berdiri tegak dan kehidupan dunia akan berjalan baik tanpa adanya kejujuran.

Al-Qur'an menuntun kepada manusia untuk menjalankan hidupnya dengan jujur, ikhlas, dan amanah dalam segala aktivitas termasuk dalam bidang bisnis. Pada saat penipuan dan tipu daya dikutuk dan dilarang, bahkan hampir mendekati titik nadir, kejujuran bukan hanya diperintahkan, ia dinyatakan keharusan yang mutlak dan absolut, Allah Berfirman :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya :

“ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.” (QS. Al-Anfal : 27)¹⁷

Maka dari itu amanah menjadi salah satu prinsip dari bermuamalah. Kejujuran, profesionalisme, dan termasuk penempatan seseorang merupakan bagian dari amanah dalam muamalah yang islami.

B. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian kepuasan

Kata kepuasan atau “ satisfaction “ berasal dari bahasa Latin “ *satis*” (artinya cukup baik, memadai dan “ *facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan diartikan sebagai “ upaya pemenuhan sesuatu “ atau “ membuat sesuatu memadai “, namun, ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, istilah “ kepuasan pelanggan “

¹⁷ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Bandung, Syamil:2010) h. 23

lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Bahkan, hingga saat ini belum dicapai kesepakatan atau consensus mengenai konsep kepuasan pelanggan, yakni “ apakah kepuasan merupakan respon emosional ataukah evaluasi kognitif”, ini bisa dilihat dari beragam defenisi yang dikemukakan banyak pakar. Kepuasan konsumen yang ada pada konsumen saat ini adalah dampak dari proses konsumsi yang dilakukan oleh konsumen. Pada awalnya konsumen hanya membeli sebuah produk kemudian konsumen baru akan menyadari apakah produk tersebut sesuai dengan yang di inginkan atau tidak.

Secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Apabila konsumen menyukai produk yang sudah dibeli maka konsumen telah merasakan kepuasan dalam menggunakan produk tersebut, dan sebaliknya apabila konsumen memilih untuk tidak menggunakan kembali atau membeli lagi produk - produk tersebut maka konsumen merasakan ketidakpuasan terhadap produk tersebut.

Menurut Kotler,kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.¹⁸ Bagi perusahaan berfokus pada konsumen, kepuasan konsumen adalah sasaran dan sekaligus alat pemasaran. Sedangkan Tse dan Wilton menyebutkan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.¹⁹ Tingkat kepuasan antara konsumen yang satu dengan yang lain memang cenderung berbeda hal ini terjadi karena adanya beberapa faktor seperti umur, pekerjaan,

¹⁸ Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi II* (Jakarta: Erlangga, 2006),h.87.

¹⁹ *Ibid*, h.34.

pendapatan, pendidikan, jenis kelamin kedudukan sosial, tingkat ekonomi, budaya, sikap mental dan kepribadian. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan hasil sebelumnya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Mengukur tingkat kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi melalui dua komponen, antara lain :

- a. *Desire service*, suatu pelayanan yang diharapkan akan diterima. Berupa tanggapan pelanggan sebelum menerima pelayanan.
- b. *Adequate service*, suatu pelayanan yang cukup dapat diterima. Berupa tanggapan pelanggan setelah menerima pelayanan.

Kepuasan konsumen jangka panjang menjadi tujuan dari aktivitas pemasaran bagi semua organisasi atau perusahaan. Fokus dari pendekatan berbasis hubungan untuk berbisnis adalah pemahaman tentang apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen dan memandang konsumen sebagai asset jangka panjang yang akan memberikan pemasukan yang terus menerus selama kebutuhan konsumen terpenuhi.

Secara umum dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan profit general dalam dunia bisnis. Secara lebih jelas, manfaat dari kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

- a. Pelanggan yang puas akan menciptakan pengalaman kepada teman, saudara, atau orang lain. Artinya, dengan terjadi *word-of positif*, dengan demikian pelanggan tersebut merupakan pengiklan yang baik bagi perusahaan, dan perusahaan tidak perlu membayarnya.
- b. Pelanggan yang puas tidak segan-segan untuk membayar produk/ jasa yang dikonsumsi dengan harga yang lebih tinggi. Logikanya, pelanggan

tidak ingin beresiko mendapatkan pengalaman yang tidak memuaskan apabila pindah mengkonsumsi produk/ jasa.

- c. Perusahaan yang mempunyai rangking kepuasan tinggi terlihat lebih mampu menahan kompetisi harga.
- d. Pelanggan yang puas biasanya tidak segan-segan menawarkan ide-ide kreatif kepada perusahaan. Rasionalitasnya, ide tersebut kalau dilaksanakan oleh perusahaan, maka yang merasakan paling beruntung adalah pelanggan itu sendiri.
- e. Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang. Jadi, omset penjualan dari pelanggan yang puas relative bisa diperhitungkan.
- f. Pelanggan yang puas menjadi lebih waspada terhadap iklan produk sejenis dari perusahaan yang berbeda. Pelanggan yang puas tidak mudah tergoda untuk melakukan *switching* (perpindahan).

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang puas akan memberikan manfaat besar bagi perusahaan, disamping dapat menambah profit tetapi juga membentuk cita yang baik bagi perusahaan itu sendiri.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diterapkan.²⁰

Kepuasan konsumen merupakan suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan konsumen akan loyal terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan bila ia

²⁰Philip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran, Edisi II*, (Jakarta: Erlangga, 2007), h. 89.

mendapatkan kepuasan dari produk atau jasa tersebut. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Dick dan Basu, bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Hubungan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan.

2. Faktor-Faktor Yang Menentukan Tingkat Kepuasan

Untuk memuaskan nasabah perlu diketahui faktor-faktor yang menentukan kepuasan nasabah. Menurut Irwan terdapat lima faktor yang menentukan tingkat kepuasan nasabah, yaitu :

a. Kualitas produk

Pelanggan merasa puas jika setelah membeli dan menggunakan produk, ternyata produk yang digunakan berkualitas. Ada beberapa elemen kualitas produk, yaitu *Performance, Durability, Feature, Reliability, Costintensity* dan *Design*.

b. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for mone* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

c. Kualitas pelayanan

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Salah satu konsep kualitas pelayanan yang paling populer adalah *servqual* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Berry, dan Zeithalm. Berdasarkan konsep ini, terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu : *Reability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangible*.

d. Faktor emosional

Pelanggan yang merasa bangga dan yakin orang lain kagum terhadap dia apabila menggunakan produk brand tertentu cenderung memiliki tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan bukan karena kualitas produk tetapi karena merasa bangga dan percaya diri.

- e. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa

Pelanggan akan merasakan semakin puas dan senang apabila relatif mudah dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Hal ini disebabkan pelanggan tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan produk atau jasa.

3. Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Hawkins dan Lonely, atribut pembentuk kepuasan terdiri dari :²¹

- a. Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, contohnya produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

- b. Minat Berkunjung Kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, contohnya berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.

- c. Kesediaan Merekomendasi

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk atau jasa.

4. Mengukur Kepuasan Nasabah

Pada dasarnya, perusahaan pasti ingin mencapai kepuasan yang maksimal kepada pelanggan. Namun kepuasan itu tidak semata-mata menjadi sasaran utama. Perusahaan yang menekan harga untuk memuaskan pelanggannya mungkin mendapatkan laba yang rendah, sementara tujuan dibuatnya perusahaan adalah untuk

²¹Fandy Tjipno, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2004), h. 101.

mendapatkan laba semaksimal mungkin. Jadi strategi harga dalam keadaan tertentu tidak dapat diterapkan dalam perusahaan.

Sebagai strategi yang lain, perusahaan mungkin dapat memperbaiki kualitas layanannya. Tjiptono mengutarakan enam inti objek pengukuran kepuasan, objek tersebut adalah :²²

a. Kepuasan pelanggan keseluruhan

Menanyakan kepada pelanggan langsung adalah cara yang paling sederhana dalam menilai kepuasan pelanggan. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya. *Pertama*, mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang bersangkutan. *Kedua*, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing

b. Dimensi kepuasan pelanggan

Berbagai penelitian memilih kepuasan pelanggan ke dalam komponen-komponennya. Umumnya proses semacam ini terdiri atas empat langkah. *Pertama*, mengidentifikasi dimensi-dimensi kepuasan pelanggan. *Kedua*, meminta pelanggan untuk menilai produk atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf pelayanan. *Ketiga*, meminta pelanggan menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Dan *keempat*, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

c. Konfirmasi harapan (*Confirmation of Expectation*)

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

d. Minat pembelian ulang (*Repurchase Intent*)

Kepuasan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan belanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

e. Kesetiaan untuk merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Dalam kasus produk pembelian ulangnya relative lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, rumah, dan

²²Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang : Bayumedia Publishing, 2007), h. 366.

sebagainya), kesediaan pelanggan untuk merekomendasi produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

f. Ketidakpuasan pelanggan (*Customer Dissatification*)

Beberapa aspek yang sering ditelaah bila mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi :

- a. Complain
- b. Retur atau pengembalian produk
- c. Biaya garansi
- d. Penarikan kembali produk dari pasar
- e. *Defections*(konsumen yang beralih ke pesaing)

5. Kepuasan Dalam Perspektif Islam

Dalam islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. Batasan konsumsi dalam islam tidak hanya memperhatikan aspek halal haram saja tetapi termasuk pula yang diperhatikan adalah yang baik, cocok, bersih, tidak menjijikan, larangan israf dan larangan bermegah-megahan. Karena perhitungan antara pendapatan, konsumsi dan simpanan sebaiknya ditetapkan dasar keadilan sehingga tidak melampaui batas dengan terjebak pada sifat boros (tabzir) maupun kikir (bakhtil), sebagaimana dijelaskan dalam al-Qur'an surat Ar-Rahman ayat 7-9,

وَالسَّمَاءَ رَفَعَهَا وَوَضَعَ الْمِيزَانَ إِنَّا لَنَطَعُونَ فِي الْمِيزَانِ وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ
وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ

Artinya :

“Dan Allah telah meninggikan langit dan dia meletakkan neraca (keadilan) supaya kamu jangan melampaui batas tentang neraca itu.

Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu.” (QS. Ar-Rahman 7-9).²³

Adapun yang dimaksud dengan perencanaan adalah suatu yang berkaitan dengan keadilan. Jika dikaitkan dengan pengeluaran konsumsi maka maksud dan tujuan dari perencanaan adalah keharusan untuk menjaga keseimbangan antara pendapatan dan konsumsi dalam periode tertentu. Begitu pula batasan konsumsi dalam syariah tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja, tetapi juga mencakup jenis-jenis komoditi lainnya. Pelanggaran atau pengharaman konsumsi untuk suatu komoditi bukan tanpa sebab, pengharaman untuk komoditi karena zatnya dikarenakan memiliki keterkaitan langsung yang dapat membahayakan terhadap fisik, moral maupun spiritual, serta keharaman yang disebabkan karena menggunakan cara yang bathil untuk mendapatkannya yang dapat membahayakan dirinya dan merugikan orang lain.

C. Penelitian Terdahulu

1. Wirdani Wahab²⁴ melakukan penelitian dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah industri perbankan syariah di kota pekanbaru. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis pengaruh kualitas pelayanan (*Reability, Responsiveness, Empathy, Assurance* dan *Tangible*) terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah di kota pekanbaru sebagai berikut: hasil analisis regresi diperoleh persamaan $Y=2,180+0,103 X_1+0,129 X_2+0,164 X_3+0,171 X_4+0,193 X_5$ sehingga variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah variabel *tangible*, yaitu sebesar 0,193. Hasil menunjukkan linear berganda X_1 sebesar 55,9%, X_2 sebesar 44,9% X_3 sebesar 61,2 X_4 sebesar 67,28% X_5 sebesar 52,8%. Hasil berdasarkan R^2 sebesar 0,691.
2. Ahmad shofiyuddin As'ad²⁵ melakukan penelitian dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan loyalitas pelanggan.

²³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung: Syamil,) h.531.

²⁴ Wirdani Wahab, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru*, (Vol. 2 No. 1, Januari-Juni 2017) h. 13.

²⁵ Ahmad Shohiful As'ad, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Loyalitas Pelanggan*. (Vol. II. No 3, September 2013) h. 6.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan, akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Hasil kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Dalam hal ini, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan akan semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan. Hasil harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas secara langsung. Tetapi harga memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan.

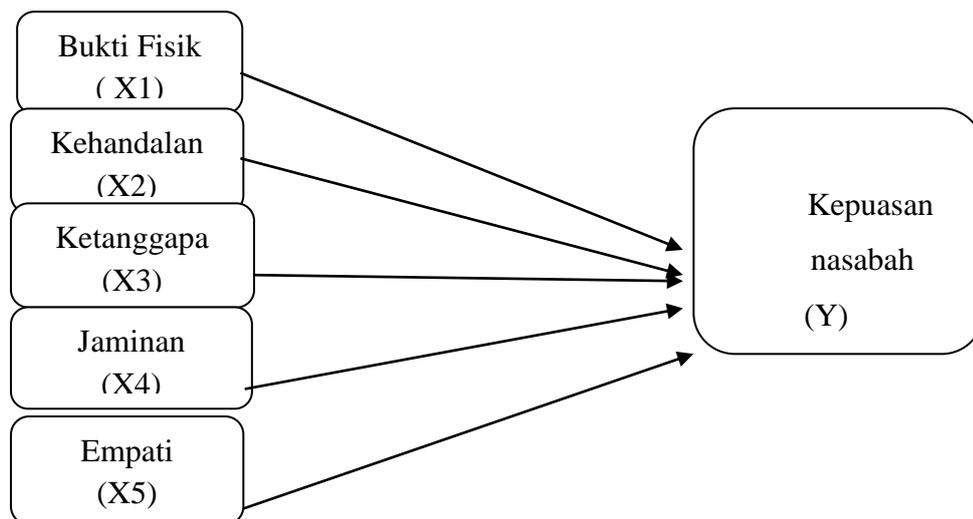
3. Fitrah Eliba, Zulkarnain²⁶ melakukan penelitian dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada PT Asuransi Jiwayara (Persero) di Kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan warpPLS dalam menganalisis hubungan antar variabel. Berdasarkan analisis dan pembahasan maka dapat di peroleh kesimpulan sebagai berikut: semakin baik kualitas pelayanan, maka dapat memberikan kepuasan kepada nasabah dan pada akhirnya dapat memperbanyak jumlah nasabah. Semakin baik citra perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada kepuasan nasabah dan pada akhirnya akan jumlah nasabah akan semakin meningkat. 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. Semakin baik citra perusahaan menurut nasabah yang diberikan tentu akan membuat nasabah menjadi sangat percaya terhadap perusahaan, dengan timbulnya kepercayaan terhadap perusahaan tentu akan meningkatkan loyalitas terhadap perusahaan.

²⁶ Fitrah Eliba, Zulkarnain, *Pengaruh Kualitas Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT Asuransi Jiwayara di Kota Pekanbaru*. (Vol. IX. No 3, September 2017) h. 12.

D. Kerangka Pemikiran

Pada kerangka teoritis, peneliti mengambil dan memilih beberapa teori dan definisi yang sesuai dengan apa yang diteliti oleh peneliti. Teori-teori dan definisi tersebut dijadikan bahan pandangan dalam penelitian ini. Teori-teori dan definisi tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah asuransi kecelakaan menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang terbaik dari semua elemen kualitas pelayanan itu adalah kemaun seseorang atau sekelompok orang untuk mau memberi keyakinan pada seseorang yang dituju.²⁷



Gambar1.1 Kerangka Konseptual

²⁷ Middleton, *Perencanaan Dan Komunikasi* (Dalam Buku Hafief Cangara 1980) PT Raja Grafindo Persada Jakarta h.102.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesa adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga menuntun/mengarahkan penyelidikan selanjutnya. Berdasarkan tinjauan diatas maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

Ha : Bukti Fisik berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H1 : Bukti Fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

Ha : Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H2 : Keandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

Ha : Ketanggapan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H3 : Ketanggapan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

Ha : Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H4 : Jaminan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

Ha : Empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H5 : Empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu data yang berbentuk angket dan perhitungan yang dituangkan ke dalam bentuk tabel. Kemudian data tersebut diolah dengan menggunakan uji statistik. Penelitian kuantitatif itu digunakan untuk menguji suatu teori, untuk menyajikan suatu fakta atau mendiskripsikan statistik, untuk menunjukkan hubungan variabel yang ada didalamnya.²⁸ Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu variabel independen yaitu kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah asuransi kecelakaan PT Jasa Raharja Perwakilan Medan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Adapun lokasi penelitian dilaksanakan di Jl. Iskandar Muda, Darat, Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara dan waktu penelitian dimulai dari Maret 2019 s/d selesai.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah berkenaan dengan data bukan orang atau benda. Jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan

²⁸ Narbuko, *Metodologi Penelitian*, (Bandung: Salemba Medika, Ed, 2013) h. 20.

kemudian ditarik kesimpulannya²⁹ Adapun populasi yang tercakup dalam penelitian ini adalah 7.194 nasabah Jasa Raharja Perwakilan Medan.³⁰

2. Sampel

Sampel adalah sebagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili keseluruhan populasi.³¹ Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah sampel yang diambil dengan maksud atau tujuan tertentu. Seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang tersebut memiliki informasi yang di perlukan bagi peneliti.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin:³²

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n: Ukuran Sampel

N: Ukuran populasi yaitu 7,194 nasabah jasa raharja perwakilan medan

e: Persentase ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%

$$n = \frac{7,194}{1 + 7,194 (0,1)^2}$$

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 80.

³⁰ Badan Pusat Statistik, *Kecamatan Medan Perjuangan dalam Angka 2018*, Katalog 1102001.1275.160, h. 3.

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h. 81.

³² Nursalam, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Salemba Medika, Ed. 3, 2013), h. 176.

$$\begin{aligned}
&= \frac{7,194}{1 + 7,194(0,01)} \\
&= \frac{7,194}{1 + 7,194} \\
&= \frac{7194}{8,198} \\
&= 87,795
\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka yang akan menjadi sampel dari penelitian ini adalah sebesar 87,795 yang dibulatkan menjadi 88 sampel jumlah Nasabah.

D. Definisi Operasional

Untuk memudahkan memperoleh kejelasan dan menghindari kesalahpahaman dalam pembahasan penulisan ini, maka penulis merasa perlu mengemukakan pengertian atau batasan dari berbagai kata istilah yang dianggap penting di dalamnya, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional

	Variabel	Defenisi	Indikator	Sumber
	Berwujud	Upaya	atribut jasa dapat dilihat secara nyata, sarana komunikasinya berjalan dengan lancar dengan nasabah	Skala likert

		ali ta s pe la ya na n ya itu pe ru sa ha an ha ru s m e m pe rh ati ka n be be ra pa ha		
--	--	--	--	--

		l di nt ar an ya ya itu bi ay a pe la ya na n, pr od uk pe la ya na n, fa sil ita s ka nt or		
--	--	--	--	--

		da n pe na m pil an pe tu ga s.	
	Keandalan	Kemampuan un tu k m el ak sa na ka n ja sa ya ng dij an jik an	petugas jasa raharja memberikan pelayanan dengan baik, pelayanan sesuai dengan yang diharapkan
			Skala likert

		de ng an te pa t da n ter pe rc ay a	
	Keresponsifa n	Keinginan un tu k ce pa t m e m ba nt u da n m en ye	pelayanan yang diberikan cepat dan tidak berbelit belit, dan pelayanan yang diberikan tepat waktu
			Skala likert

		di ak an pe la ya na n de ng an ce pa t da n ta ng ga p		
	Jaminan	Keyakinan, ke pe rc ay aa n da n ke juj	mend apatk an pelay anan Kem udah an dala m	Skala likert

		ur an ya ng di be ri ka n pe tu ga s Ja sa R ah arj a K ep ad a N as ab ah	menj alin relasi , komu nikas i yang baik, perha tian priba di dan pema hama n atas kebut uhan indiv idu para peser ta deng an berup aya mem aham	
--	--	--	---	--

			i keing inan nasab ah	
	Empati	Usaha un tu k m en ge na l na sa ba h da n ke bu tu ha nn ya	petugasnya peduli dengan kepuasan nasabahnya dan petugasnya mendengarkan apa yang disampaikan nasabah secara baik	Skala likert
	Kepuasan Nas aba h	Upaya m e m	puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh petugas	Skal a likert

		ua sk an na sa ba h de ng an m e m be ri ka n pe la ya na n ya ng se su ai se pe rti m	jasa raharja perwakilan medan dan puas terhadap tanggapan yang baik dari peugas jasa raharja perwakilan medan	
--	--	--	--	--

		e m pe rh ati ka n ku ali ta s pr od uk , ha rg a, ku ali ta s pe la ya na n, fa kt or e		
--	--	--	--	--

		<p>m os io na l, ke m ud ah an un tu k</p>		
--	--	--	--	--

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a. Data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu. Dalam hal ini data yang dimaksudkan adalah data yang bersumber dari hasil penelitian dengan menggunakan kuesioner, serta tanggapan tertulis responden terhadap nasabah asuransi kecelakaan jasa raharja perwakilan medan.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang diperoleh dari buku-buku atau literature yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Menurut mudrajad dalam bukunya data sekunder dapat diartikan secara

singkat yaitu data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Peneliti dapat mencari data sekunder ini melalui sumber data sekunder.³³

1. Sumber Data

Sumber data primer didapat dengan melakukan obeservasi di lokasi penelitian dan wawancara terhadap nasabah yang merupakan objek dari penelitian PT Jasa Raharja Perwakilan Medan.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket/kuesioner

Angket/kuesioner adalah daftar pertanyaan-pertanyaan yang disusun secara tertulis. Kuesioner ini dilakukan untuk memperoleh data berupa jawaban para responden.³⁴

Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert

Pernyataan	Bobot	Skala
Sangat Puas/SP	5	Likert
Puas/P	4	Likert
Kurang Puas/KP	3	Likert
Tidak Puas/TP	2	Likert
Sangat Tidak Puas/STP	1	Likert

Dari nilai yang diperoleh setiap variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

³³ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi; bagaimana meneliti & Menulis Tesis?*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009), h. 148-157.

³⁴ *Ibid*, h. 176.

2. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat dan langsung dilapangan atau di lokasi penelitian.³⁵

G. Teknik Analisis Data

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan metode regresi linear berganda dan diolah dengan bantuan SPSS 20. Adapun tahapan analisis tersebut adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan melakukan korelasi bilvariate antara masing-masing skor indikator dengan total konstruk. Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut :

1. Jika $r_{hitung} positif$ dan $r_{hitung} > r_{table}$ maka butir pertanyaan tersebut valid
2. Jika $r_{hitung} negatif$ dan $r_{hitung} < r_{table}$ maka butir pertanyaan tersebut tidak valid³⁶.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukurannya yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Uji reliabilitas

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h. 67.

³⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2005) h. 82.

ini sangat tergantung pada kesungguhan responden dalam menjawab semua item pertanyaan penelitian. Standar Cronbach's alpha > 0,6 maka data dinyatakan riabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak layak digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokodastitas.³⁷

a. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik P-P plot. Jika data menyebar disekitar garis regional dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji kenormalan juga bisa dilakukan tidak berdasarkan grafik, misalnya dengan Uji Komogrov – Smirnov.³⁸

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi. Untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dalam suatu model regresi salah satunya adalah dengan melihat nilai toleransi dan lawannya, dan Variance Inflation Factor (VIF). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai Tolerance < 0.10 atau sama dengan nilai VIF > 10. Bila nilai Tolerance > 0.10 atau sama dengan nilai VIF < 10, berarti tidak ada multikolinearitas antar variabel dalam model regresi.³⁹

³⁷ Ridwan, *Rumus dan Data dalam Analisis Statistik* (Bandung: Alfabeta, 2007) h.54.

³⁸ Husein umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta : PT, Grafindo Persada, 2011) h. 181.

³⁹ *Ibid*, h.177.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, untuk melihat apakah dalam model regresi terdapat heteroskedastitas digunakan pendekatan grafik dengan membuat diagram plot dan pendekatan statistik melalui uji Scatterplot. Jika diagram plot yang dibentuk menunjukkan pola tertentu maka dapat dikatakan model tersebut mengandung gejala heteroskedastisitas, sedangkan uji Scatterplot meregresi nilai absolute residual terhadap nilai independen, jika probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 0,05% maka dapat disimpulkan model regresi tersebut tidak mengandung adanya heterokedastisita.⁴⁰

C. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter b_1 sama dengan nol, atau:

$$H_0: b_1 = 0$$

Artinya, apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

⁴⁰ *Ibid*, h. 179.

Hipotesis alternatif (H_a). Parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_a: b_1 \neq 0$$

Artinya, variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.⁴¹

Untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat maka dilakukan uji t. Sehingga bisa diketahui diterima atau tidaknya hipotesis satu, dua, dan tiga. Jika nilai *p-value* kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.⁴²

Kaidah keputusan:

Tolak H_0 jika $t_{hit} > t_{tabel}$, dan terima H_0 jika $t_{hit} < t_{tabel}$.

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. H_a diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, pada $\alpha = 5\%$ dan nilai $P\text{-value} < \text{level of significant}$ sebesar 0,05
2. H_0 ditolak apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, pada $\alpha = 5\%$, dan nilai $P\text{-value} > \text{level of significant}$ sebesar 0,05

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk melihat seberapa besar variabel-variabel bebas mampu membrikan penjelasan mengenai variabel terikat maka perlu dicari nilai koefisien determinasi (R^2). Nilai R^2 adalah nol dan satu. Jika nilai R^2 semakin mendekati satu, menunjukkan

⁴¹ Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, h. 239.

⁴² Indriani, *Pengaruh Pendapatan*, h. 61.

semakin kuat kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Jika nilai R^2 adalah nol, menunjukkan bahwa variabel bebas secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel terikat.

Selain itu untuk melihat manakah variabel bebas yang paling mampu memberikan penjelasan mengenai variabel terikat maka akan digunakan metode *stepwise*. Metode *stepwise* dimulai dengan pemasukan satu persatu variabel bebas hasil pengkolerasian, dimasukkan ke dalam model dan dikeluarkan dari model dengan kriteria tertentu Variabel yang pertama kali masuk merupakan variabel bebas yang korelasinya tertinggi dan signifikan terhadap variabel terikat. Jika ada variabel yang tidak signifikan maka variabel tersebut dikeluarkan. Dalam hal ini akan dilihat pula perubahan nilai R^2 ketika variabel bebas masuk ke dalam model.⁴³

Nilai R^2 berkisar antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$), dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika R^2 semakin mendekati angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat semakin erat/dekat, atau dengan kata lain model tersebut dapat dinilai baik.

Jika R^2 semakin menjauhi angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat jauh/tidak erat, atau dengan kata lain model tersebut dapat dinilai kurang baik.

c. Uji Analisis Regresi Linier berganda

Analisis linear berganda adalah adalah pengembangan analisis regresi sederhana terhadap aplikasi yang terdiri dari dua variable independen untuk menduga nilai dari variabel dependen. Analisis linear berganda dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variable bebsa yaitu Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), ketanggapan (X_3),Jaminan (X_4), Empati (X_5) terhadap Kepuasan

⁴³ *Ibid*, h. 62

Nasabah (Y) pada penelitian ini digunakan model regresi linear berganda rumusnya sebagai berikut :

$$KP = b_1B + b_2K + b_3Kr + b_4J + b_5E$$

Dimana:

KN = Kepuasan Nasabah

b_1B = Koefisien regresi variable bukti fisik (X_1)

b_2K = Koefisien regresi variable kehandalan (X_2)

b_3Kr = Koefisien regresi variable ketanggapan (X_3)

b_4J = koefisien regresi variable jaminan (X_4)

b_5E = koefisien regresi variable empati (X_5)

X_1 = bukti fisik

X_2 = kehandalan

X_3 = ketanggapan

X_4 = jaminan

X_5 = empati

e = standar error

BAB 1V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

1. Sejarah Umum PT. JASA RAHARJA (persero)

a. Tahun 1960

Sejarah berdirinya Jasa Raharja tidak terlepas dari kebijakan pemerintah untuk melakukan nasionalisasi terhadap Perusahaan-perusahaan milik Belanda dengan diundangkannya Undang-Undang No. 86 tahun 1958 tentang Nasionalisasi Perusahaan Belanda. Penjabaran dari Undang-Undang tersebut dalam bidang asuransi kerugian, pemerintah melakukan nasionalisasi perusahaan-perusahaan asuransi kerugian Belanda berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 6 Tahun 1960 tentang Penentuan Perusahaan Asuransi Kerugian Belanda yang dikenakan Nasionalisasi. Adapun perusahaan-perusahaan yang dinasionalisasi dimaksud sebagai berikut :

- a. Perusahaan Firma Bekouw & Mijnsen di Jakarta.
- b. Perusahaan Firma Blom & amp; van Der Aa di Jakarta.
- c. Perusahaan Firma Sluyters di Jakarta.

Peraturan pemerintah tersebut ditetapkan tanggal 16 Januari 1960, namun berlaku surut sampai tanggal 03 Desember 1957. Selanjutnya, beberapa perusahaan yang telah dinasionalisasi tersebut ditetapkan dengan status badan hukum Perusahaan Negara Asuransi Tahun 1960 tentang Perusahaan Negara yang seluruh modalnya merupakan kekayaan Negara Republik Indonesia. Sebagai perusahaan negara, berdasarkan Pengumuman Keputusan Menteri Urusan Pendapatan, Pembiayaan dan Pengawasan RI No.1263/B.U.M.II. tanggal 09Februari 1960.

b. Tahun 1961

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 1961 tentang pendirian Perusahaan Negara Asuransi Kerugian Eka Karya, keempat PNAK tersebut yang semula berdasarkan pengumuman Menteri Keuangan (Badan Penguasa Perusahaan-perusahaan Asuransi Kerugian Belanda) No.12631/B.U.M.II.tanggal 9 Februari 1960 yang nama perusahaannya disebut dengan “Ika” menjadi “Eka”.

Berdasarkan peraturan pemerintah itu pula, keempat PNAK tersebut yaitu Eka Bhakti, Eka Dharma, Eka Mulya dan Eka Sakti pada tanggal 01 Januari 1961 dilebur untuk menjadi satu perusahaan dengan nama PNAK Eka Karya. Dengan peleburan tersebut maka segala hak dan kewajiban kekayaan, pegawai dan usaha keempat perusahaan tersebut beralih kepada PNAK Eka Karya.

Namun dalam pengumuman Menteri Keuangan (Badan Penguasa Perusahaan-perusahaan Asuransi Kerugian Belanda No.:29495%/B.U.M.II tanggal 31 Desember 1960, penyebutan nama perusahaan-perusahaan tersebut kembali menggunakan “Ika” termasuk perusahaan yang baru didirikan tersebut yaitu “Ika Karya”. Adanya perbedaan tersebut disebabkan karena pengumuman Menteri Keuangan tersebut diterbitkan mendahului diundangkannya Peraturan Pemerintah Nomor 15 tahun 1961 tentang pendirian perusahaan negara Asuransi Kerugian Eka Karya yaitu pada tanggal 24 Maret 1961 PNAK Eka Karya yang berkedudukan dan berkantor pusat di Jakarta dan dapat mempunyai kantor cabang, kantor perwakilan, agen atau koresponden didalam dan atau di luar negeri, bergerak dalam bidang perasuransian yaitu:

- a. Mengadakan dan menutup segala macam asuransi termasuk reasuransi, kecuali pertanggungan jiwa.
- b. Memberi perantara dalam penutupan segala asuransi.

c. Tahun 1965

Berdasarkan peraturan pemerintah No. 8 tahun 1965 tentang pendirian perusahaan negara asuransi kerugian Djasa Rahadja, mulai 1 Januari 1965 PNAK Eka Karya dilebur menjadi perusahaan baru dengan nama “Perusahaan Negara Asuransi Kerugian Jasa Raharja” dan seluruh kekayaan, pegawai dan segala hutang piutang PNAK Eka Karya dialihkan kepada PNAK Jasa Raharja.

Sebagaimana PNAK Eka Karya, PNAK Jasa Raharja PUN, berkedudukan dan berkantor pusat di Jakarta dan dapat mempunyai kantor cabang, kantor perwakilan, sedangkan untuk agen atau koresponden hanya diperkenankan di dalam negeri. Berbeda dengan PNAK Eka Karya yang memberikan pertanggungan yang bersifat umum untuk segala jenis asuransi, maka PNAK Jasa Raharja didirikan dengan kekhususan memberikan pertanggungan dalam bidang asuransi tanggung jawab kendaraan bermotor dan kecelakaan penumpang termasuk reasuransi dan perantara dalam bidang asuransi tanggung jawab kendaraan bermotor dan kecelakaan penumpang.

Beberapa bulan sejak pendirian PNAK Jasa Raharja, tepatnya 30 Maret 1965 pemerintah menerbitkan surat keputusan Menteri urusan pendapatan, pembiayaan dan pengawasan No.B.A.P.N.1-3-3 yang menunjuk PNAK Jasa Raharja untuk melaksanakan penyelenggaraan dana pertanggungan wajib

kecelakaan penumpang dan dana kecelakaan lalu lintas jalan sesuai undang-undang No.33 dan undang-undang N0.34 tahun 1964.

d. Tahun 1970

Pada tahun 1970, PNAK Jasa Raharja diubah statusnya menjadi Perusahaan Umum (Perum) Jasa Raharja perubahan status ini dituangkan dalam surat keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No.Kep.750/KMK/IV/II/1970 tanggal 18 November 1970, yang merupakan tindak lanjut dikeluarkannya Undang-undang No.9 tahun 1969 tentang penetapan peraturan pemerintah pengganti undang-undang No,1 tahun 1969 tentang bentuk-bentuk usaha negara menjadi undang-undang. Pasal 2 ayat 2 dari UU tersebut menyatakan bahwa PERUM adalah perusahaan negara yang didirikan dan diatur berdasarkan ketentuan-ketentuan yang termaktub dalam Undang-undang No.19 Prp tahun 1960.

e. Tahun 1978

Pada tahun 1978 yaitu berdasarkan PP No.34 tahun 1978 tentang perubahan atas peraturan pemerintah No.8 tahun 1965 tentang pendirian perusahaan umum asuransi kerugian “Jasa Raharja”, selain mengelola pelaksanaan UU.No.33. dan UU.No.34 tahun 1964, Jasa Raharja mendapat mandat tambahan untuk menerbitkan surat jaminan dalam bentuk surety bond.

Penunjukan tersebut menjadikan Jasa Raharja sebagai peonir penyelenggara suretibod di Indonesia, disaat perusahaan asuransi lain umumnya masih bersifat fronting office dari perusahaan sureti di luar negeri sehingga terjadi aliran devisa keluar negeri untuk kepentingan tersebut. Kemudian sebagai upaya pengembalian rasa tanggungjawab sosial kepada masyarakat khususnya bagi mereka yang belum memperoleh perlindungan dalam lingkup UU No.33 dan UU No.34 tahun 1964, maka dikembangkan pula usaha Asuransi Aneka.

f. Tahun 1980

Kemudian dalam perkembangan selanjutnya mengingat usaha yang ditangani oleh Perum Jasa Raharja semakin berkembang sehingga diperlukan pengelolaan usaha yang lebih terukur dan efisien, maka pada tahun 1980 berdasarkan PP No.39 tahun 1980 tentang pengalihan bentuk perusahaan umum asuransi kerugian “Jasa Raharja” menjadi perusahaan Perseroan (Persero) tanggal 6 November 1980, status Jasa Raharja diubah lagi menjadi perusahaan perseroan (Persero) dengan nama PT (Persero) Asuransi Kerugian Jasa Raharja.

g. Tahun 1981

Anggaran dasar Jasa Raharja yang semula diatur dalam Peraturan Pemerintah pendiriannya, maka sesuai dengan peraturan pemerintah No.12 tahun 1969 tentang perusahaan perseroan (PERSERO) pengaturannya harus dipisahkan anggaran dasar Jasa Raharja tersebut selanjutnya dituangkan dalam akte notaris Imas Fatimah, SH No.49 tahun 1981 tanggal 28 Februari 1981.

Dengan adanya perubahan nomenklatur kementerian, pada tahun ini pula pemerintah melalui menteri keuangan memperbaharui petunjuk Jasa Raharja dengan menerbitkan keputusan menteri keuangan No.337/KMK.011/1981 tanggal 2 Juni tahun 1981 tentang penunjukan perusahaan Perseroan (Persero) Asuransi Kerugian Jasa Raharja untuk menyelenggarakan dana pertanggung jawaban kecelakaan penumpang dan dana kecelakaan dana lalu lintas jalan.

h. Tahun 1994 – Sekarang

Pada tahun 1994, pemerintah menetapkan peraturan pemerintah nomor 73 tahun 1992 tentang penyelenggaraan usaha perasuransian sebagai penjabaran UU No: tahun 1992 tentang usaha perasuransian peraturan pemerintah tersebut mengatur antara lain ketentuan yang melarang perusahaan asuransi yang telah menyelenggarakan program asuransi sosial untuk menjalankan asuransi lain selain program asuransi sosial sejalan dengan ketentuan tersebut maka terhitung mulai tanggal 1 Januari 1994 hingga saat ini.

Jasa raharja melepaskan usaha asuransi non wajib dan surety bond untuk lebih fokus dalam menjalankan program asuransi sosial yaitu menyelenggarakan dana pertanggung jawaban kecelakaan penumpang sebagaimana diatur dalam UU No. 33 tahun 1964 dan dana kecelakaan lalu lintas jalan sebagaimana diatur dalam UU No. 34 tahun 1994.

2. Logo Perusahaan, Visi dan Misi

a. Logo Perusahaan



JASA RAHARJA

Gambar 4.1 Logo Perusahaan

Adapun makna yang terkandung dari logo JASA RAHARJA adalah :

a) Arti dari pada Warna Lambang

1. Warna putih yang terpancar dari inisial “J” dan “R” berarti kesucian dan keterbukaan/ transparansi pada saat memberikan pelayanan untuk mewujudkan Visi Perusahaan sebagai terkemuka dalam penyelenggara program Asuransi Sosial dan Asuransi Wajib.
2. Warna dasar keseluruhan lambang adalah biru muda melambangkan arti keteguhan dan kesetiaan didalam pengabdiannya “Catur Bakti Ekakarsa”.
3. Warna Hitam pada tulisan Jasa Raharja melambangkan arti kejujuran dalam melaksanakan tugas sesuai motto “Utama dalam Perlindungan, Prima dalam Pelayanan”.

b) Kesimpulan Arti Lambang

Pada Hakekatnya lambang PT Jasa Raharja (Persero) secara keseluruhan melambangkan adanya suatu kebulatan tekad dan kesatuan sebagai perbuatan baik untuk mencapai kehidupan yang sejahtera dengan dilandasi Catur Bakti Ekakarsa Jasa Raharja yaitu Bakti kepada masyarakat, Bakti kepada Negara, Bakti kepada Perusahaan, Bakti kepada Lingkungan dengan mengutamakan pemberi perlindungan disertai mengusahakan yang terbaik dalam pelayanan.

c) Makna Logo PT. Jasa Raharja (Persero)

Inisial typoghrapy huruf “J” dan “R” adalah huruf awal dari Jasa Raharja. Jasa diartikan : Perbuatan baik untuk menuju suatu kebaikan Raharja diartikan : Suatu keadaan yang berkecukupan (Sejahtera) Secara ringkas makna Jasa Raharja adalah : Perbuatan baik untuk menuju suatu keadaan masyarakat yang sejahtera”.

Bentuk lingkaran adalah sebuah ungkapan adanya kebulatan tekad, kesatuan dalam mengemban Visi dan Misi Perusahaan. 4 Bentuk payung pada huruf “J” dan “R” melambangkan misi Catur Bakti Ekakarsa Jasa Raharja yang terdiri dari :

1. Bakti kepada Masyarakat, dengan mengutamakan perlindungan dasar dan pelayanan prima sejalan dengan kebutuhan masyarakat.
2. Bakti kepada Negara, dengan mewujudkan kinerja terbaik sebagai penyelenggara program asuransi sosial dan asuransi wajib serta Badan Usaha Milik Negara.
3. Bakti kepada Perusahaan, dengan mewujudkan kesinambungan kepentingan agar produktivitas dapat tercapai secara optimal demi kesinambungan perusahaan.
4. Bakti kepada Lingkungan, dengan memberdayakan potensi sumber daya bagi keseimbangan dan kelestarian lingkungan.

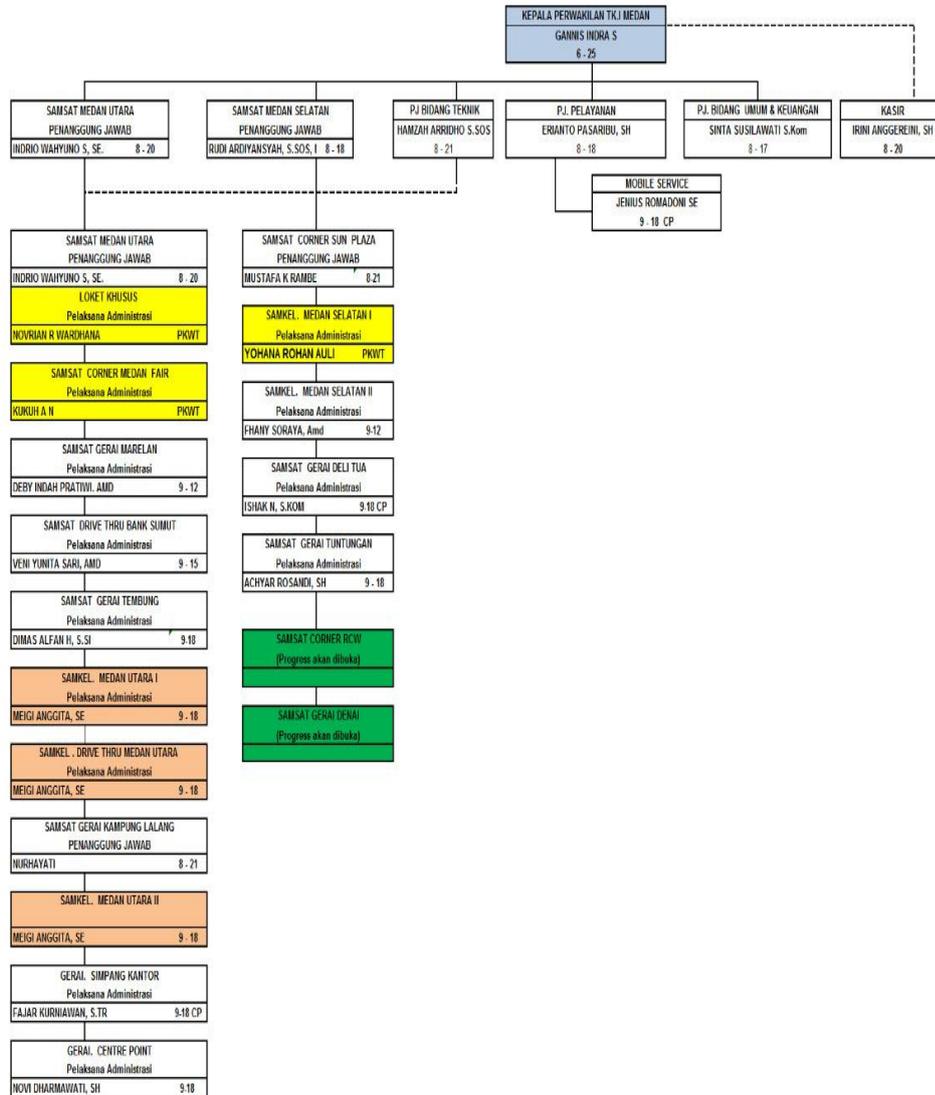
d) Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi Jasa Raharja Perwakilan I MedanJl. Iskadar Muda No. 20 EE
Menjadi perusahaan terkemuka di Bidang Asuransi dengan mengutamakan penyelenggaraan program Asuransi Sosial dan Asuransi Wajib sejalan dengan kebutuhan masyarakat.
2. Misi Jasa Raharja Perwakilan I Medan
 - a) Bakti kepada masyarakat, dengan mengutamakan perlindungan dasar dan pelayanan prima sejalan dengan kebutuhan masyarakat.
 - b) Bakti kepada negara, dengan mengujutkan kinerja terbaik sebagai penyelenggara program asuransi sosial dan asuransi wajib, serta badan usaha milik negara.
 - c) Bakti kepada perusahaan, dengan mengujutkan keseimbangan kepentingan agar produktifitas dapat tercapai secara optimal demi kesinambungan perusahaan.
 - d) Bakti kepada lingkungan, dengan memberdayakan potensi sumber daya bagi keseimbangan dan kelestarian lingkungan.

3. Struktur Organisasi Jasa Raharja Perwakilan TK I Medan

Struktur organisasi merupakan gambaran skematis tentang hubungan dan kerjasama dan orang-orang yang terdapat dalam rangka usaha mencapai tujuan. Secara sederhana struktur organisasi menyatakan alat dan cara kerja mengatur sumber daya manusia bagi kegiatan-kegiatan ke arah mencapai tujuan. Suatu organisasi yang baik akan menimbulkan keselarasan, keserasian, dan keseimbangan dalam bekerja agar di dapat tenaga kerja yang terampil, efisien dan kreatif. Oleh karena itu struktur organisasi perlu dirancang sedemikian rupa sehingga Sumber Daya Manusia yang tersedia dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya sekaligus sebagai sarana pengadilan intern melalui suatu sistem pembagian kerja yang serasi dan menurut bagian-bagian yang ada di dalam perusahaan. Belum ada struktur organisasi yang ideal bentuknya yang dapat di gunakan pada sebuah badan atau lembaga usaha yang berjalan melainkan masing-masing badan usaha membuat struktur organisasi sendiri secara khusus sesuai dengan misi yang diemban. Setiap perusahaan akan memiliki struktur kepegawaian yang berfungsi untuk menempatkan suatu karyawan sesuai dengan bidang keahliannya masing-masing dengan tujuan agar karyawan tersebut dapat bekerja dengan efisien sehingga menunjang hasil produksi perusahaan dengan lebih baik. Semua bagian perusahaan merupakan satu kesatuan yang tidak dapat terlepas dari bagian yang lainnya sehingga perlu ditekankan pentingnya hubungan horizontal dalam organisasi sebagai alat koordinasi disamping hubungan vertikal serta penggunaan unit-unit organisasi yang lengkap untuk mempermudah pengorganisasian. Oleh karena itu setiap karyawan harus mutlak memahami struktur organisasi di tempat mereka bekerja. Keharusan utama dalam sebuah organisasi ialah adanya hubungan-hubungan yang harmonis didasarkan pada keputusan-keputusan yang terintegrasi, ini berarti koordinasi terhadap kegiatan perusahaan perlu dilaksanakan dengan baik. Berdasarkan uraian diatas maka struktur organisasi Jasa Raharja Perwakilan I Medan adalah sebagai berikut :

STRUKTUR ORGANISASI
PERWAKILAN TK. 1 MEDAN
PER 1 NOVEMBER 2018



Gambar 4.2 Struktur Organisasi

4. Deskripsi Tugas Jasa Raharja Perwakilan TK I Medan

Adapun uraian dan tugas pokok masing-masing jabatan adalah sebagai berikut :

1. Kepala Perwakilan

Tugas pokok kepala perwakilan Jasa Raharja Perwakilan I Medan adalah sebagai berikut :

- a. Memimpin, memotivasi dan membina pegawai bawahannya.
- b. Merencanakan dan mengamankan sumber daya manusia (SDM), alat dan sarana fisik dalam unit kerja yang dipimpinnya.
- c. Melakukan kerjasama dengan unit-unit kerja yang lain dalam perusahaan.
- d. Mengendalikan seluruh pelaksanaan kegiatan didalam unit kerja yang dipimpinnya.
- e. Membantu kelancaran kerja atasan.
- f. Menyusun anggaran kerja dan anggaran perusahaan (RKAP) perwakilan.
- g. Mengendalikan pungutan atau pemasaran iuran wajib (IW) dan sumbangan wajib (SW) di perwakilan.
- h. Mengendalikan pelayanan klaim diperwakilan.
- i. Mengendalikan pengelola keuangan di perwakilan.
- j. Memimpineliharaan sarana fisik dan barang material di perwakilan.
- k. Mengadakan penyuluhan terhadap masyarakat mengenai bidang usaha Jasa Raharja.

2. Bagian Kasir

Tugas pokok bagian kasir Jasa Raharja Perwakilan I Medan adalah sebagai berikut :

- a. Bertanggungjawab atas penerimaan dan pengeluaran uang kas perusahaan.
- b. Membuat laporan harian kas/bank dan membuat memorial berikut buktinya.
- c. Bertanggungjawab penggunaan cek, materai, peranko serta laporannya.
- d. Mengirim laporan mingguan ke kantor cabang dan mengarsip berkas keuangan.
- e. Melakukan konsolidasi dan membuat laporan hasil usaha (LHU)

3. Penanggung Jawab Pelayanan dan Operasi

Tugas pokok penanggung jawab pelayanan operasi Jasa Raharja Perwakilan I Medan adalah sebagai berikut :

- a. Menerima dan meneliti berkas klim dari klaiment dan petugas samsat,

- b. Melaksanakan entry data, menyelesaikan berkas dan mengirim berkas keluar daerah.
- c. Melakukan survey dan surat menyurat bidang klaim.
- d. Membuat laporan pengajuan, penyelesaian, pembayaran dan outstanding klaim serta disket ke kantor cabang.
- e. Mengarsip berkas-berkas klaim.
- f. Menerima pembayaran iuran wajib dari perusahaan otobitas (PO).
- g. Membuat LHP iuran wajib dan menyetorkan ke kas perusahaan.\
- h. Melaksanakan penagihan ke PO-PO.
- i. Membuat laporan penerimaan dan tunggakan setiap bulan.
- j. Beranggungjawab atas penerimaan dan penyaluran stok resi terpadu dan kuitansi bermotor.
- k. Melaksanakan kearsipan dinamis.

4. Bagian Pelaksanaan Administrasi Bidang Teknik

Tugas pokok bagian pelaksanaan administrasi bidang teknik Jasa Raharja Perwakilan I Medan adalah sebagai berikut :

- a. Mengendalikan tertib administrasi iuran wajib dikantor perwakilan.
- b. Melakukan pengutipan iuran wajib kendaraan bermotor umum (IWKBU).
- c. Menyampaikan hasil penerimaan IWKBU kepada cabang setiap laporan mingguan dan bulanan.
- d. Mengentri data penerimaan IWKBU.
- e. Membuat laporan harian penerimaan IWKBU.
- f. Memegang, membuat dan meneliti pencatatan stok resi IWKBU.
- g. Meneliti dan mengoreksi laporan harian, mingguan dan bulanan IWKBU dari samsat.
- h. Mengupdate data outstanding IWKBU.
- i. Membuat laporan bulanan (Bordero UU.33/1964).
- j. Berkunjung ke PO-PO untuk menggali dan potensi.
- k. Membuat data potensi IWKBU.
- l. Membuat laporan IWKBU, SWDKLJ dan stok resi setiap bulan.

- m. Melaksanakan kegiatan checking setiap bulan di wilayah kerja kantor perwakilan.
- n. Membuat perencanaan kerja bulanan.

5. Penanggungjawab Keuangan dan Umum

Tugas pokok penanggungjawab keuangan dan umum Jasa Raharja Perwakilan I Medan adalah sebagai berikut :

- a. Pelaksanaan administrasi bidang keuangan dan menjaga kelancaran penerimaan dan pengeluaran uang dikantor perwakilan.
- b. Membantu kepala perwakilan menyusun RKAP perwakilan.
- c. Bertanggungjawab atas kegiatan bidang SDM.
- d. Memelihara dan menjaga barang-barang inventaris kantor.

6. Penanggungjawab Samsat

Tugas pokok penanggungjawab samsat Jasa Raharja Perwakilan I Medan adalah sebagai berikut :

- a. Menetapkan dan menerima hasil iuran wajib-sumbangan wajib dana kecelakaan lalu lintas jalan (IW-SWDKLLJ) serta membuat laporan hasil penjualan (LHP) IW-SW.
- b. Menyetor hasil penerimaan ke bank.
- c. Membuat laporan bulanan sisa stok resi, KD, keandalan data mutasi ranmor, outstanding dan pengesahan STNK.
- d. Mencatat dan meneliti data mutasi laka lintas dari Polres wilayah kerja.
- e. Bertanggungjawab atas investasi perusahaan di samsat dan kendaraan dinas.

7. Bagian Pelaksana Administrasi Keuangan.

Tugas pokok bagian pelaksana administrasi keuangan Jasa Raharja Perwakilan I Medan adalah sebagai berikut :

- a. Menerima iuran wajib dari PO.
- b. Membuat LHP iuran wajib dan menyetorkan ke kas perusahaan.
- c. Melaksanakan penagihan ke PO-PO.

- d. Membuat laporan penerimaan dan tunggakan setiap bulan.
- e. Bertanggungjawab atas penerimaan data penyaluran stok resi terpadu dan kuitansi bermotor.
- f. Melaksanakan kearsipan.

8. Bagian Pelaksanaan Administrasi Pelayanan.

Tugas pokok bagian pelaksanaan administrasi pelayanan Jasa Raharja Perwakilan I Medan adalah sebagai berikut :

- a. Menerima dan meneliti berkas klaim dari klaimant dan petugas samsat.
- b. Melaksanakan entry data dan menyelesaikan berkas.
- c. Melakukan survey dan surat menyurat bidang klaim.
- d. Mengarsip berkas-berkas klaim.

B. Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 6 pertanyaan untuk variable Y, 6 pertanyaan untuk variable X₁, X₂, X₃, X₄, dan X₅. Dimana yang menjadi variable Y adalah Kepuasan Nasabah, variable X₁ adalah Bukti Fisik, X₂ Keandalan, X₃ Ketanggapan, X₄ Jaminan dan X₅ adalah Empati. Angket yang disebarakan ini diberikan kepada 88 nasabah sebagai sampel penelitian dan dengan menggunakan metode *Likert Summated Rating* (LSR).

1. Identitas Responden

a. Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
1.	Laki-laki	40	46%

2.	Perempuan	48	54%
Jumlah		88	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel.4.1 diketahui jumlah laki-laki yang responden penelitian ini adalah 40 orang atau sebesar 46% sedangkan responden perempuan adalah sebanyak 48 orang atau sama dengan 54%. ini menunjukkan bahwa yang menjadi responden pada penelitian ini yang paling banyak adalah perempuan.

b. Identitas Responden Menurut Usia

Tabel 4.2
Identitas Responden Menurut Usia

No	Usia	Responden	Persentase
1.	17-30 Tahun	28	32%
2.	30-40 Tahun	33	38%
3.	40-50 Tahun	27	30%
Jumlah		88	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa usia dari responden terbesar adalah yang berusia 30-34 tahun, yaitu sebanyak 33 orang, atau sama dengan 38%. Sedangkan yang terkecil adalah yang berusia 40-50 tahun, yaitu 27 orang atau sama dengan 30% dari total responden.

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas dan Realiabilitas

Angket yang digunakan dalam penelitian ini terlebih dahulu diuji validitas dan reabilitasya sebelum digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrument yang baik adalah instrument yang valid dan reliable. Instrument pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket yang terdiri dari 6 item pertanyaan untuk variabel (X1), (X2), (X3), (X4), dan (X5). 6 pertanyaan untuk variabel Kepuasan (Y) adapun hasil perhitungan yang didapat peneliti dengan menggunakan program SPSS V20. Untuk pengujian validitas angket digunakan rumus korelasi product dan untuk menguji realibilitas angket digunakan rumus *Alpha Cronbach*. Angket penelitian ini dikatakan valid jika $r_{hitung} > r^{tabel}$ pada taraf $\alpha = 0,05$.

Untuk itu dilakukan Uji coba instrument kepada 88 orang sampel, dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*. Untuk mengetahui validitas angket dilakukan dengan membandingkan r_{tabel} dengan r_{hitung} . Nilai r_{tabel} dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dan $df - 2 = 88 - 2 = 86$ sebesar 0,176 (dilihat pada r_{tabel}).

a) Uji Validitas dan Reabilitas (X1)

a. Uji Validitas dan Reabilitas (X1)

Pengujian validitas untuk variabel kualitas diberikan 88 responden diluar sampel, dengan hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Uji Validitas Variabel Bukti Fisik (X1)

N	r	r tabel	Keterangan
1	0,606	0,176	Valid
2	0,729	0,176	Valid

3	0,51 4	0,176	Valid
4	0,50 7	0,176	Valid
5	0,62 8	0,176	Valid
6	0,69 7	0,1 76	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel diatas , nilai r_{hitung} menunjukkan bahwa dari 6 butir angket dalam variabel Bukti Fisik (X1) dinyatakan valid semua karena sudah memenuhi syarat $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga dapat dinyatakan bahwa 6 pertanyaan tersebut layak digunakan dalam penelitian.

Dilihat dari sudut reabilitas angket untuk variabel Bukti Fisik (X1) berdasarkan hasil perhitungan reabilitas dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* dinyatakan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.4

Perhitungan Reabilitas Variabel Bukti Fisik (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.670	6

Sumber: Data di olah 2019

Dari hasil output *reability statistic* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,670 dengan jumlah dengan jumlah pertanyaan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5%) dengan jumlah responden $N=88$ dan $df=N - 2 = 88 - 2 = 86$ adalah 0,176. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* 0,670 > 0,176. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliable.

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel Kehandalan (X2)

N	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,608	0,176	Valid
2	0,719	0,176	Valid
3	0,629	0,176	Valid
4	0,657	0,176	Valid
5	0,708	0,176	Valid
6	0,755	0,176	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel diatas , nilai r_{hitung} menunjukkan bahwa dari 6 butir angket dalam variabel Kehandalan (X2) dinyatakan valid semua karena sudah memenuhi syarat $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga dapat dinyatakan bahwa 6 pertanyaan tersebut layak digunakan dalam penelitian.

Dilihat dari sudut reabilitas angket untuk variabel Kehandalan (X2) berdasarkan hasil perhitungan reabilitas dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* dinyatakan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.6
Perhitungan Reabilitas Variabel Kehandalan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.765	6

Sumber: Data di olah 2019

Dari hasil output *reability statistic* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,765 dengan jumlah dengan jumlah pertanyaan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5%) dengan jumlah responden $N=88$ dan $df=N - 2 = 88 - 2 = 86$ adalah 0,176. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* 0,765 > 0,176. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliable.

Tabel 4.7
Uji Validitas Variabel Ketanggapan (X3)

N	r	r	Keterang
	h	t	an
	it	a	
	u	b	
	n	e	
	g	l	
1	0,70	0,17	Valid
	6	6	
2	0,79	0,17	Valid
	0	6	
3	0,72	0,17	Valid
	0	6	
4	0,71	0,17	Valid
	9	6	
5	0,74	0,17	Valid
	2	6	
6	0,65	0,17	Valid

	4	6	
--	---	---	--

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel diatas , nilai r_{hitung} menunjukkan bahwa dari 6 butir angket dalam variabel Ketanggapan (X3) dinyatakan valid semua karena sudah memenuhi syarat $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga dapat dinyatakan bahwa 6 pertanyaan tersebut layak digunakan dalam penelitian.

Dilihat dari sudut reabilitas angket untuk variabel Ketanggapan (X3) berdasarkan hasil perhitungan reabilitas dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* dinyatakan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.8
Perhitungan Reabilitas Variabel Kehandalan (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.813	6

Sumber: Data di olah 2019

Dari hasil output *reability statistic* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,813 dengan jumlah dengan jumlah pertanyaan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5%) dengan jumlah responden $N=88$ dan $df=N - 2 = 88 - 2 = 86$ adalah 0,176. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* $0,813 > 0,176$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliable.

Tabel 4.9
Uji Validitas Variabel Jaminan (X4)

N	r	r tabel	Keterang an
	h		
	i		
	t		
	u		
	n		

	g		
1	0,56 3	0,176	Valid
2	0,72 3	0,176	Valid
3	0,59 2	0,176	Valid
4	0,60 3	0,176	Valid
5	0,70 8	0,1 76	Valid
6	0,74 4	0,176	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel diatas , nilai r_{hitung} menunjukkan bahwa dari 6 butir angket dalam variabel Jaminan (X4) dinyatakan valid semua karena sudah memenuhi syarat $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga dapat dinyatakan bahwa 6 pertanyaan tersebut layak digunakan dalam penelitian.

Dilihat dari sudut reabilitas angket untuk variabel Jaminan (X4) berdasarkan hasil perhitungan reabilitas dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* dinyatakan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.10
Perhitungan Reabilitas Variabel Jaminan (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.730	6

Sumber: Data di olah 2019

Dari hasil output *reability statistic* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,730 dengan jumlah dengan jumlah pertanyaan 6 item. Nilai r_{tabel} pada

taraf kepercayaan 95% (signifikan 5%) dengan jumlah responden N=88 dan $df=N - 2 = 88 - 2 = 86$ adalah 0,176. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* 0,730 > 0,176. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliable.

Tabel 4.11
Uji Validitas Variabel Empati(X5)

N	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,556	0,176	Valid
2	0,692	0,176	Valid
3	0,558	0,176	Valid
4	0,625	0,176	Valid
5	0,651	0,176	Valid
6	0,764	0,176	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel diatas , nilai r_{hitung} menunjukkan bahwa dari 6 butir angket dalam variabel Empati (X5) dinyatakan valid semua karena sudah memenuhi syarat $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga dapat dinyatakan bahwa 6 pertanyaan tersebut layak digunakan dalam penelitian.

Dilihat dari sudut reabilitas angket untuk variabel Empati (X5) berdasarkan hasil perhitungan reabilitas dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* dinyatakan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.12
Perhitungan Reabilitas Variabel Empati (X5)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.716	6

Sumber: Data di olah 2019

Dari hasil output *reability statistic* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,818 dengan jumlah dengan jumlah pertanyaan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5%) dengan jumlah responden $N=88$ dan $df=N - 2 = 88 - 2 = 86$ adalah 0,176. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* $0,716 > 0,176$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliable.

b) Uji Validitas dan Reabilitas Kepuasan Nasabah (Y)

Uji Reabilitas dilakukan untuk melihat kestabilan dan konsistensi dari responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang disusun dalam suatu bentuk angket. Hasil ini akan mencerminkan dapat atau tidaknya suatu instrument penelitian dipercaya, berdasarkan tingkat ketetapan dan kemantapan suatu alat ukur.

Standar yang digunakan dalam menentukan realibel atau tidak realibelnya suatu instrument penelitian. Salah satunya dengan melihat perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5%). Jika pengujian dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach* maka r_{hitung} akan diwakili oleh nilai Alpha.

Uji coba terhadap instrumen untuk validitas kepuasan (Y) diberikan kepada 30 diluar sampel. Dengan menggunakan teknik korelasi product moment. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13
Pengujian Validitas Variabel Kepuasan (Y)

N	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,579	0,176	Valid
2	0,708	0,176	Valid
3	0,496	0,176	Valid
4	0,596	0,176	Valid
5	0,598	0,176	Valid
6	0,677	0,176	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan data tabel diatas, nilai r_{hitung} menunjukkan bahwa dari 6 butir angket dalam variabel Kepuasan (Y), dinyatakan valid semua karena sudah memenuhi syarat $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat dinyatakan bahwa 6 pertanyaan tersebut layak digunakan dalam penelitian.

Dilihat dari sudut realibilitas angket untuk variabel Kepuasan (Y) berdasarkan hasil perhitungan reabilitas dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* dinyatakan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.14
Perhitungan Reabilitas Variabel Kepuasan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.666	6

Sumber: Data diolah 2019

Dari hasil output reliability statistic di atas di peroleh nilai Alpha Cronbach sebesar 0,666 dengan pertanyaan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5%) dengan jumlah responden $N=88$ dan $df= N-2=86$ adalah 0,176. Dengan demikian, nilai *Alpha Cronbach* $0,666 > 0,176$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket realibel. Reabilitas ini juga di tunjukan dengan nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,666 - 1 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian sangat realibel.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji yang dilakukan sebagai prasyarat statistic sebelum melakukan analisis regresi linear berganda yang bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapat memiliki ketetapan dan konsisten.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi telah terdistribusi secara normal atau tidak. Data yang terdistribusi normal artinya data sampel tersebut dapat mewakili populasi. Data dikatakan normal apabila nilai signifikasinya lebih dari 0,05.

Tabel 4.15
Hasil Pengujian One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Predicted Value
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	23.5568182
	Std. Deviation	2.51070256
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.058
	Negative	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		.877
Asymp. Sig. (2-tailed)		.425

a. Test distribution is Normal.

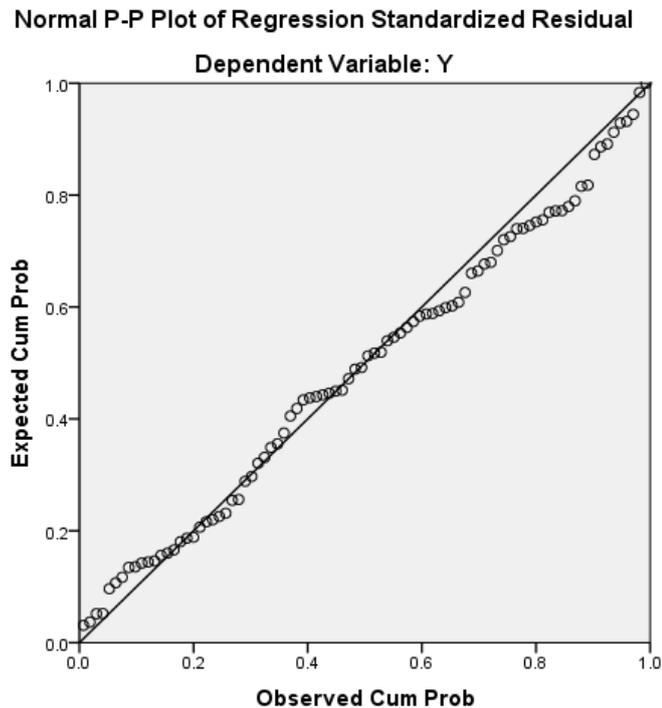
b. Calculated from data.

(Sumber: Data di olah 2019)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa tingkat sig $0,425 > 0,05$. Hal ini dapat di artikan tingkat signifikasinya lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan spss windows version 20 dapat dilihat pada grafik P- Plot, dimana jika titik - titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal maka data tersebut dikatakan berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan spss windows version 20 dapat dilihat pada grafik P-Plot, dimana jika titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal maka data tersebut dikatakan berdistribusi normal.



Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas

(Sumber: Data di olah 2019)

Pada gambar di atas menunjukkan bahwa titik menyebar disekitar diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi atau hubungan antar variabel bebas pada model regresi. Untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya multikolinearitas yaitu dengan cara melihat *Variance Inflation Faktor* (VIF). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, maka terjadi multikolineritas. Hal ini dapat dilihat dari :

Besar Variance Inflation Faktor (VIF) dan toleransi, dimana VIF tidak lebih kecil dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,1.

Tabel 4.16
Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,320	,732		3,170	,002	
	X1	,088	,038	,115	2,281	,025	,383
	X2	,243	,058	,275	4,198	,000	,226
	X3	,295	,053	,365	5,533	,000	,223
	X4	,192	,042	,214	4,599	,000	,448
	X5	,088	,042	,105	2,099	,039	,388

a. Dependent Variable: Y
(Sumber: Data di olah 2019)

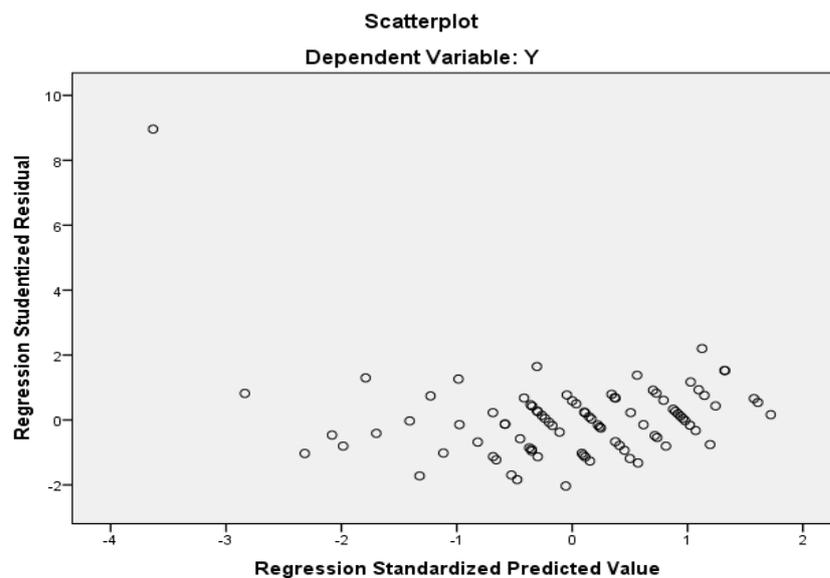
Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas Nilai tolerance memperlihatkan bahwa masing-masing variabel independen tidak ada yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 dan nilai toleransi tidak ada nilai yang kurang dari 0,01. Hal ini menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas diantara Bukti Fisik(X1), = 2,609 Kehandalan (X2), = 4,434 Ketanggapan (X3),= 4,491 Jaminan (X4),= 2,230 dan Empati (X5) =2,576. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

c. Uji Heterokedasitas

Model regresi yang baik adalah apabila tidak terjadinya hererokedastisitas suatu model terbebas dari heterokedastisitas jika:

1. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka nol.
2. Titik-titik data tidak hanya mengumpulkan hanya diatas dan dibawah saja.

3. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang, menyebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
4. Penyebaran titik-titik dan sebaliknya tidak berpola.



Gambar 4.4

Hasil Uji Heterokedasitas

(Sumber: Data di olah 2019)

Pada gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar disekitar angka nol, dan tidak mengumpul disatu titik. Penyebaran titik-titik data tersebut juga tidak membentuk suatu pola. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini tidak mengalami permasalahan heterokedastisitas.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (Bukti Fisik, Keandalan, Ketangapa, Jaminan, dan Empati) terhadap variabel dependen (Kepuasan) pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan.

Tabel 4.17
Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.320	.732		3.170	.002
X1	.088	.038	.115	2.281	.025
X2	.243	.058	.275	4.198	.000
X3	.295	.053	.365	5.533	.000
X4	.192	.042	.214	4.599	.000
X5	.088	.042	.105	2.099	.039

a. Dependent Variable: Y
(Sumber: Data di olah 2019)

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel di atas diperoleh model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,320 + 0,088X_1 + 0,243X_2 + 0,295X_3 + 0,192X_4 + 0,088X_5 + e$$

Adapun penjelasan dari persamaan regresi berganda sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 2,320 menyatakan bahwa jika bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati diabaikan atau sama dengan nol, maka kepuasan nasabah adalah sebesar 2,320.
2. Koefisien regresi Bukti Fisik (X1) sebesar 0,088 menyatakan bahwa setiap peningkatan variabel bukti fisik menyatakan satu satuan, maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan sebesar 0,088 dengan asumsi faktor lain konstan.
3. Koefisien regresi Kehandalan (X2) sebesar 0,243 menyatakan bahwa setiap peningkatan variabel kehandalan memiliki satu satuan, maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan sebesar 0,243 dengan asumsi faktor lain konstan.
4. Koefisien regresi Ketanggapan (X3) sebesar 0,295 menyatakan bahwa setiap peningkatan variabel ketanggapan memiliki satu satuan, maka akan

mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan sebesar 0,295 dengan asumsi factor lain konstan.

5. Koefisien regresi Jaminan (X4) sebesar 0,192 menyatakan bahwa setiap peningkatan variabel jaminan memiliki satu satuan, maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan sebesar 0,192 dengan asumsi factor lain konstan.
6. Koefisien regresi Empati (X5) sebesar 0,088 menyatakan bahwa setiap peningkatan variabel empati memiliki satu satuan, maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan sebesar 0,088 dengan asumsi factor lain konstan.

e. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati secara parsial terhadap kepuasan nasabah, yang di uji pada tingkat signifikan 0,05 dengan dasar pengambilan keputusan dengan melihat nilai perbandingan antara $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga hipotesis dapat diterima. Adapun rumus perhitungan t_{tabel} adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} T_{tabel} &= n \text{ (Jumlah Sampel)} - k \text{ (Jumlah Variabel X + Y)} \\ &= 88 - 6 \\ &= 82 \\ &= 1,66365 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan rumus diatas, dapat diketahui bahwa dengan derajat bebas 100 dan signifikan 0,05 di peroleh t_{tabel} sebesar 1,66365. Hasil uji t pada berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji Parsial t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.320	.732		3.170	.002
1 X1	.088	.038	.115	2.281	.025
X2	.243	.058	.275	4.198	.000
X3	.295	.053	.365	5.533	.000
X4	.192	.042	.214	4.599	.000
X5	.088	.042	.105	2.099	.039

a. Dependent Variable: Y

(Sumber: Data di olah 2019)

1. Pengujian pengaruh Bukti Fisik (X1) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan perhitungan SPSS, diperoleh angka t_{hitung} Bukti Fisik sebesar 2,281 > dari t_{tabel} 1,66365 dan nilai signifikan sebesar 0,025 < 0,05. Hal ini berarti hipotesis diterima yaitu Bukti Fisik secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan.

2. Pengujian pengaruh Kehandalan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan perhitungan SPSS, diperoleh angka t_{hitung} Kehandalan sebesar 4,198 > dari t_{tabel} 1,66365 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini berarti hipotesis diterima yaitu Kehandalan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan.

3. Pengujian pengaruh Ketanggapan (X3) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan perhitungan SPSS, diperoleh angka t_{hitung} Ketanggapan sebesar 5,533 > dari t_{tabel} 1,66365 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini berarti hipotesis diterima yaitu Ketanggapan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan.

4. Pengujian pengaruh jaminan (X4) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan perhitungan SPSS, diperoleh angka t_{hitung} Jaminan sebesar 4,599 > dari t_{tabel} 1,66365 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini berarti hipotesis diterima yaitu Jaminan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan.

5. Pengujian Pengaruh Empati (X5) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan perhitungan SPSS, diperoleh angka t_{hitung} Empati sebesar 2,099 > dari t_{tabel} 1,66365 dan nilai signifikan sebesar 0,039 < 0,05. Hal ini berarti hipotesis diterima yaitu Empati secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan.

a. Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel secara bersama-sama terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0,005 dengan dasar pengambilan keputusan $F_{hitung} > F_{tabel}$. F_{tabel} diperoleh dengan $df = (n - k)$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel penelitian. Penelitian independen (X), diperoleh $88 - 6 = 82$ dan didapat nilai F_{tabel} sebesar 3,11. Hasil Uji F dapat dilihat pada tabel 4.19 berikut:

Tabel 4.19
Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	548.416	5	109.683	190.147	.000 ^b
Residual	47.300	82	.577		
Total	595.716	87			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X4, X1, X2, X3

(Sumber: Data di olah 2019)

Berdasarkan hasil dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai $F = 190,147$. Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa bukti fisik, kehandalan, ketanggaapan, jaminan dan empati bersama-sama / simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

b. Koefisien Determinan R^2

Koefisien determinasi berganda (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi dari keseluruhan variabel Bebas (X1, X2, X3, X4, X5) dan pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y). dari hasil data yang diolah dengan SPSS 20 *for windows* menghasilkan tabel sebagai berikut:

Tabel 4.20
Uji Determinasi R^2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.959 ^a	.921	.916	.759

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X1, X2, X3

b. Dependent Variable: Y

(Sumber: Data di olah 2019)

Dari tabel diatas hasil uji koefisien determinasi diketahui bahwa besarnya angka R^2 adalah 0,921 yang bearti variabel bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati menjelaskan pengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 92,1% sedangkan sisanya 7,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel Bukti Fisik (X_1) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($2,281 > 1,66365$) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Bukti Fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan kata lain, hipotesis (H_{a1}) diterima.

Bukti fisik dan kepuasan nasabah memiliki hubungan positif, yaitu semakin baik bukti fisik maka semakin baik pula nilai kepuasan nasabah di jasa raharja perwakilan tk 1 medan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wirdani Wahab (2017) berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru yang menyatakan bahwa bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Menurut Parasuraman dalam Fandy Tjiptono Bukti Fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Maka dari itu, bukti fisik yang berada di PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan, telah memberikan tingkat harapan dan kepuasan terhadap nasabah. Hal ini dapat dilihat dari karyawan yang selalu berpakaian rapi dan karyawan selalu memberikan pelayanan yang sigap terhadap nasabah yang datang ke Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan.

2. Pengaruh Kehandalan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel Kehandalan (X_2) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($4,198 > 1,66365$) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan

bahwa variabel Keandalan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan kata lain, hipotesis (H_{a2}) diterima.

Menurut Parasuraman dalam Fandy Tjiptono, Keandalan yakni kemampuan memberikan pelayanan yang di janjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Selain itu penilaian kepuasan nasabah terhadap keandalan tidak hanya di lihat dari nominalnya saja tapi tergantung dari persepsi nasabah terhadap setiap kemampuan yang diberikan oleh karyawan PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Wirdani Wahab (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru, bahwa keandalan berpengaruh 44,9% dari pengaruh variabel lainnya. Hasil penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh Ketanggapan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel Ketanggapan (X_3) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($5,533 > 1,66365$) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Ketanggapan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan kata lain, hipotesis (H_{a3}) diterima.

Ketanggapan dan kepuasan nasabah memiliki hubungan positif, yaitu semakin baik Ketanggapan maka semakin baik pula nilai kepuasan nasabah di jasa raharja perwakilan tk 1 medan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wirdani Wahab (2017) berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru yang menyatakan bahwa bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Menurut Parasuraman dalam Fandy Tjiptono ketanggapan yakni keinginan para staff dan karyawan untuk membantu para nasabah dan memberikan pelayanan yang tanggap. Maka dari itu, ketanggapan yang berada di PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan, telah memberikan tingkat harapan dan kepuasan terhadap nasabah. Hal ini dapat dilihat dari karyawan yang selalu sigap terhadap

nasabah dan karyawan selalu menghadirkan rasa nyaman nasabah yang datang ke Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan.

4. Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel Jaminan (X4) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($4,599 > 1,66365$) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Jaminan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan kata lain, hipotesis (H_{a4}) diterima.

Jaminan dan kepuasan nasabah memiliki hubungan positif, yaitu semakin baik jaminan maka semakin baik pula nilai kepuasan nasabah di jasa raharja perwakilan tk 1 medan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wirdani Wahab (2017) berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru yang menyatakan bahwa bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Menurut Parasuraman dalam Fandy Tjiptono jaminan yaitu kemampuan karyawan tentang pengetahuan dan informasi suatu produk yang ditawarkan dengan baik, keramah-tamahan, perhatian, dan kesopanan dalam memberikan jaminan pelayanan yang terbaik. Maka dari itu, jaminan yang berada di PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan, telah memberikan tingkat harapan dan kepuasan terhadap nasabah. Hal ini dapat dilihat dari karyawan yang selalu perhatian dan karyawan selalu memberikan pelayanan yang sigap terhadap nasabah yang datang ke Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan.

5. Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel Jaminan (X5) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($2,099 > 1,66365$) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Empati secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan kata lain, hipotesis (H_{a5}) diterima.

Empati dan kepuasan nasabah memiliki hubungan positif, yaitu semakin baik bukti fisik maka semakin baik pula nilai kepuasan nasabah di jasa raharja

perwakilan tk 1 medan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wirdani Wahab (2017) berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru yang menyatakan bahwa bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Menurut Parasuraman dalam Fandy Tjiptono Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan mematuhi peraturan para pelanggan. Maka dari itu, empati yang berada di PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan, telah memberikan tingkat harapan dan kepuasan terhadap nasabah. Hal ini dapat dilihat dari karyawan yang selalu komunikasi yang baik dan karyawan selalu memberikan pelayanan yang sigap terhadap nasabah yang datang ke Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan.

6. Pengaruh Bukti Fisik, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan, dan Empati terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati terhadap kepuasan nasabah pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistic F hitung sebesar 190,147. Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan dengan menggunakan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati secara bersama-sama memiliki pengaruh yang simultan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil uji determinasi R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai determinasi R^2 menunjukkan nilai Adjusted R^2 sebesar 0,916, artinya persentase sumbangan pengaruh variabel bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 92,1%, sedangkan sisanya 7,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh variabel Bukti Fisik (X1), Kehandalan (X2), Ketanggapan (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan dan seberapa besar pengaruhnya, berdasarkan hasil analisis data, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t secara parsial variabel Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap nilai kepuasan nasabah pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan.
2. Berdasarkan hasil uji t secara parsial variabel Kehandalan berpengaruh signifikan terhadap nilai kepuasan nasabah pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan.
3. Berdasarkan hasil uji t secara parsial variabel Ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap nilai kepuasan nasabah pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan.
4. Berdasarkan hasil uji t secara parsial variabel Jaminan berpengaruh signifikan terhadap nilai kepuasan nasabah pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan.
5. Berdasarkan hasil uji t secara parsial variabel Empati berpengaruh signifikan terhadap nilai kepuasan nasabah pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan.
6. Berdasarkan hasil uji F Bukti fisik, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut ini :

1. Bagi karyawan PT Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan pelayanan yang diberikan cukup baik. Namun, perlu di tingkatkan lagi. Dan perusahaan berkewajiban untuk lebih sering-sering mempublikasikan informasi mengenai PT Jasa Raharja (Persero) Perwakilan TK 1 Medan agar nasabah semakin tinggi tingkat kepercayaannya terhadap PT Jasa Raharja (Persero) Perwakilan TK 1 Medan.
2. Bagi peneliti berikutnya melihat masih banyaknya kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini sekiranya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai factor-faktor lain yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Selain itu agar menambah jumlah responden sehingga mendapatkan hasil yang lebih baik

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Salim. *Asuransi & Manajemen Risiko*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 1998..
- Fitrah Eliba, Zulkarnain, *Pengaruh Kualitas Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT Asuransi Jiwasyara*, Pekanbaru. Jakarta: Kencana,2017.
- Hardiyansyah. *Kualitas Pelayanan Publik* Yogyakarta: Gava Media, 2011.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran Jilid 1* Jakarta: Erlangga. 2000.
- Noor Juliansyah, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis ,Disertasi & Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana. 2012.
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Indonnesia*. Jakarta: Bumi Aksara. 2006.
- Muhammad Syakirsula, *Asuransi Syariah*. Jakarta: Gema Insani. 2004.
- Muhammad Yusuf Al-Qardawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam* .Jakarta:Gema Insani. 2006.
- Muhammad Yusuf Al-Qardawi, Penerjemah Didin Hafidudin, Setiawan Budiutomo Dan Aynur Rofiq Shaleh Tahmid, *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam*.Jakarta: Rabbani Press.
- Sugianti Iis. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Yan Mengajukan Klaim Pada Pt Prudential Life Assurance Cilegon*.2001.
- Shohiful As'ad, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Loyalitas Pelanggan*. Bandung: Kencana, 2013.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi pemasaran* , Yogyakarta: Penerbit Andi , 1997.s
- _____. *Majanemen jasa*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006.
- Sarwono Jonathan. *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif: Menggunakan Prosedur Spss*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012.

Risa Sasminta, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah.*

Malang: Skripsi Universitas Brawijaya Malang.

Sugiyono, Prof. Dr. *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: Cv. Alfabeta. 2005.

“*Buku Panduan manual Administrasi Bidang Pelayanan Jasa Raharja,*” Jakarta
Penerbit Balai Pustaka. 2014.

Wirdani Wahab, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah
Industri Perbankan Syariah*, Pekanbaru: Bumi Aksara. 2017.

<https://www.repository.uinjkt.ac.id/>. Diunduh Pada Tanggal 9 Februari 2019.

<https://www.repository.e-jurnal.diunduhpada.tanggal.03.maret>.

Webset Resmi Pt. Jasa Raharja, www.jasaraharja.co.id.