

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH ASURANSI KERUGIAN DI PT ASURANSI ASEI INDONESIA
PERSERO CABANG MEDAN**

OLEH:

AMANTA BARQAH H. HRP

NIM 55153008

**PROGRAM STUDI
ASURANSI SYARIAH**



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

MEDAN

2019 M / 1441 H

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH ASURANSI KERUGIAN DI PT ASURANSI ASEI
INDONESIA PERSERO CABANG 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:

AMANTA BARQAH H HRP
NIM 55153008

Program Studi
ASURANSI SYARIAH



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2019 M / 1441

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH ASURANSI KERUGIAN DI PT ASURANSI ASEI INDONESIA PERSERO CABANG MEDAN**” an. Amanta Barqah H. Hrp, NIM. 55153008 Program Studi Asuransi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara pada tanggal 21 Oktober 2019. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Asuransi Syariah.

Medan, 04 November 2019
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Asuransi Syariah UIN SU

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,

Yusrizal SE,M.Si
NIP. 197505222009011006

Dr. Muhammad Arif, MA
NIB. 1100000116

Anggota

Dr. Muhammad Arif, MA
NIB. 1100000116

Zuhrinal M. Nawawi, MA
NIP. 197608182007101001

Fauzi Arif Lubis, MA
NIP. 198412242015031004

Aqwa Naser Daulay, M.Si
NIB. 1100000091

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Dr. Andri Soemitra, MA
NIP. 197605072006041002

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amanta Barqah H Hrp
NIM : 55153008
Tempat/tgl Lahir : Medan/ 13 Maret 1998
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Karya Setuju

Menyatakan dengan ini sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH ASURANSI KERUGIAN DI PT ASURANSI ASEI INDONESIA PERSERO CABANG 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, 01 Oktober 2019

Yang membuat pernyataan

Amanta Barqah H Hrp
NIM.55153008

ABSTRAK

Amanta Barqah H. Hrp, Nim 55153008. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Kerugian di PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan”. Pembimbing Skripsi I, Dr. Muhammad Arif., MA, NIB 1100000116. Pembimbing Skripsi II, Fauzi Arif Lubis., MA, NIP 198412242015031004.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Kerugian di PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan, dengan jumlah populasi 208 nasabah dengan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah melalui kuisisioner yaitu dengan cara menyebarkan kuisisioner. 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 Berwujud terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Kerugian PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan, dengan $t_{hitung} 4,151 > t_{tabel} 1,66980$ dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan Keandalan terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Kerugian PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan dengan $t_{hitung} 1,774 > t_{tabel} 1,66980$ dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,442 (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan Tanggapan terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Kerugian PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan, dengan $t_{hitung} 1,588 > t_{tabel} 1,66980$ dan nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,559 (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan Jaminan terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Kerugian PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan, dengan $t_{hitung} 1,949 > t_{tabel} 1,66980$ dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,056 (5) terdapat pengaruh positif dan signifikan Empati terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Kerugian PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan, dengan $t_{hitung} 1,691 > t_{tabel} 1,66980$ 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 Asuransi Kerugian PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan dengan $F_{hitung} 22,016 > F_{tabel} 3,15$ dan nilai signifikansinya lebih kecil daripada 0,05 yaitu 0,096.

Kata Kunci : Berwujud, Keandalan, Tanggapan, 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 Kerugian di PT Asuransi Asei Indonesia Persero.**” Yang diselesaikan untuk melengkapi skripsi dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Asuransi Syariah program studi 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 Bapak Dr. Muhammad Arif, MA dan Bapak Fauzi Arif Lubis, MA sebagai pembimbing I dan pembimbing II maka rintangan dan hambatan 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 penulis sampaikan kepada Penasehat Akademik (PA) Ibu Tuti Anggraini, MA yang selalu memberikan motivasi.
5. Ucapan terima kasih kepada Bapak Dr. Muhammad Arif, MA dan Bapak Fauzi Arif Lubis, MA sebagai pembimbing I dan pembimbing II yang sangat begitu banyak membantu penulis dalam mengerjakan skripsi dan selalu mau

meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengarahan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.

6. Terima kasih kepada dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang tiada henti memperhatikan dan memberikan dorongan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih juga kepada bapak Aqwa Nasser Daulay M.Si, Ahmadi Bi Rahmani M.Si, Lathief Ilham Nasution M.Ei yang selalu membantu dan peduli dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Ucapan terima kasih kepada Bapak Rachmad Surtani Muda, S.Si selaku Kepala Cabang PT. Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan, serta Bapak Abdul Wahab, S.E, M.Si selaku Kepala Seksi Administrasi PT. Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan data dan informasi kepada penulis untuk mendukung penyelesaian skripsi ini.
9. Terima kasih yang tiada tara untuk kedua orang tua penulis. Untuk Mama dan Papa yang telah menjadi orang tua terhebat yang setiap doanya selalu dipanjatkan untuk penulis dan selalu memberikan motivasi, nasehat, cinta, perhatian dan kasih sayang serta doa yang tentu takkan bisa siapapun yang mengalahkannya.
10. Ucapan terima kasih yang sebesar besarnya kepada Kakak Lisa Elianti Nasution, SE yang banyak membantu dalam memberikan wawasan serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih untuk Ema Malini, SE dan Emi Malina, SE teman seperjuangan seminar proposal gelombang pertama dan yang selalu mengerti serta memahami kekurangan penulis guna menyelesaikan skripsi ini.
12. Terima kasih kepada teman satu meja ngopi, Abangda Ahmad Fajar Bahri Hrp, S.Sos dan kepada Mhd. Rizky Nst S.E yang selalu memberikan nasehat keagamaan guna menyelesaikan skripsi ini.
13. Terima kasih kepada Mhd. Iqbal Lubis dan Hasbi Syahputra, teman seperjuangan yang saling menyemangati dalam tahap proses akademisi dan

yang berperan besar untuk selalu mendukung dan mensupport penyelesaian skripsi ini.

14. Terima kasih juga kepada team camping, team ngetrip, team liburan (Alfajri S.E, Agi Guntur Siregar S.E, Willy Romadhon Dlm S.E, Desy Syahfitri Munthe S.E, Vina Sulystiana Dewi S.E, Syifa Mutia Ramadhanti S.E, Putri Ma'rie Anastasia Lubis S.E, Fitra Sofia Muzar Sagala S.E, Rachamayani S.E).
15. Terima kasih juga kepada teman-teman seperjuangan Asuransi Syariah stambuk 15 yang selalu merasakan suka duka bersama dalam proses belajar didalam dan diluar kelas, semoga kelak kita dan seluruh teman-teman yang lain dapat menjadi orang yang berguna bagi negara dan keluarga.
16. Terima kasih juga kepada teman teman keluarga besar Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang kekeluargaan nya sangat erat dan selalu peduli terhadap permasalahan setiap anggota nya.
17. Terima kasih juga terkhusus kepada teman-teman Magang Di Bank Indonesia KpW Medan (Hanafi S.E, Agustian Randa S.E, Wildan Ritonga S.E, Irfan Alwi Pasaribu S.E, Rizky S.E, Siti Chairani S.E, Annisa Prastiwi S.E, Fifi Ariska Siregar S.E, Dea Ananda S.E, Miftahul Husna S.E, Sri Wulandari S.E, Adinda Qorry S.E, Siska S.E.)
18. Terima kasih kepada Keluarga Besar Kelompok Study Asuransi (KSA) Prodi Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang selalu semangat untuk membuat kebaikan dan perubahan yang baik di jurusan guna terciptanya mahasiswa/i yang berkompeten dan layak pakai di dunia industri.
19. Dan, Terima Kasih Ter-Spesial kepada Kakanda Diah Maudy Isabellina S.kom , Mahasiswi berprestasi Universitas Sumatera Utara yang selalu dan terus membantu serta mengerti dan memahami penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

DAFTAR ISI

<u>PERSETUJUAN</u>	<u>i</u>
<u>PENGESAHAN</u>	<u>ii</u>
<u>ABSTRAK</u>	<u>iii</u>
<u>KATA PENGANTAR</u>	<u>iv</u>
<u>DAFTAR ISI</u>	<u>vii</u>
<u>DAFTAR TABEL</u>	<u>ix</u>
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	<u>x</u>
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORITIS	
A. Tinjauan Pustaka	7
1. Asuransi Kerugian.....	7
2. Pelayanan	10
3. Kualitas Pelayanan	15
4. Kepuasan Nasabah	17
B. Kajian Terdahulu.....	22
C. Kerangka Teoritis.....	24
D. Hipotesa.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
C. Populasi dan Sampel	26

D. Jenis dan Sumber Data.....	28
E. Teknik Pengumpulan Data.....	28
1. Kuesioner	29
2. Studi Literatur	29
3. Wawancara	29
4. Observasi.....	29
F. Definisi Operasional.....	29
G. Teknik Analisis Data.....	31
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	31
2. Uji Asumsi Klasik	32
3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	33
4. Uji Hipotesis.....	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	37
1. Sejarah Umum PT Asuransi Asei Indonesia Persero	319
3. Struktur Organisasi Perusahaan	41
4. Deskripsi Tugas.....	43
B. Hasil Penelitian	48
1. Identitas Responden	48
2. Uji Kualitas Data.....	49
3. Uji Asumsi Klasik	56
C. Pembahasan Hasil Penelitian	65

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Nasabah Asuransi Kerugian PT. Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan Tahun 2015-2018	3
Tabel 3.1	Kriteria Penilaian Kuesioner	28
Tabel 3.2	Definisi Operasional	29
Tabel 4.1	Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2	Identitas Responden Menurut Usia	50
Tabel 4.3	Uji Validitas Variabel Berwujud (X_1)	51
Tabel 4.4	Perhitungan Reliabilitas Variabel Berwujud (X_1)	52
Tabel 4.5	Uji Validitas Variabel Keandalan (X_2)	52
Tabel 4.6	Perhitungan Reliabilitas Variabel Keandalan (X_2)	53
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel Tanggapan (X_3)	53
Tabel 4.8	Perhitungan Reliabilitas Variabel Tanggapan (X_3)	54
Tabel 4.9	Uji Validitas Variabel Jaminan (X_4)	54
Tabel 4.10	Perhitungan Reliabilitas Variabel Jaminan (X_4)	55
Tabel 4.11	Uji Validitas Variabel Empati (X_5)	55
Tabel 4.12	Perhitungan Reliabilitas Variabel Empati (X_5)	56
Tabel 4.13	Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)	57
Tabel 4.14	Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y)	57
Tabel 4.15	Hasil Pengujian One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test.....	58
Tabel 4.16	Uji Multikolinieritas	60
Tabel 4.17	Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4.18	Hasil Uji Parsial t	64
Tabel 4.19	Uji Simultan (F)	66
Tabel 4.20	Uji Determinasi R^2	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1	Logo Asuransi Asei Indonesia	39
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Pusat	43
Gambar 4.3	Struktur Organisasi Kantor Cabang Medan	44
Gambar 4.4	Hasil Uji Normalitas	59
Gambar 4.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan peningkatan taraf hidup seseorang, maka pemenuhan kebutuhan hidup tak lagi terbatas pada kebutuhan fisiologis saja. Namun kebutuhan keselamatan akan rasa aman dan perlindungan kini juga makin dirasakan. Mengingat bahwa kehidupan manusia tidak terlepas dari berbagai risiko yang dapat menimbulkan kerugian. Dengan memiliki asuransi kerugian merupakan salah satu cara untuk pemenuhan kebutuhan akan rasa aman atas faktor ketidak pastian yang mungkin terjadi pada hidup seseorang.¹

Asuransi kerugian merupakan salah satu bisnis yang memberikan layanan jasa kepada para nasabahnya. Sebagaimana bisnis lainnya yang bergerak dalam industri jasa, asuransi kerugian yang beroperasi atas dasar kepercayaan juga dituntut untuk menunjukkan kinerja, reputasi, dan pelayanan yang semakin baik. Oleh karena itu, asuransi kerugian sebagai entitas bisnis yang bergerak dalam bidang industri jasa harus berorientasi pada kepuasan nasabah, karena nasabah yang puas merupakan salah satu basis bagi keberlangsungan hidup dan perkembangan bisnis asuransi itu sendiri. Meskipun demikian, tidaklah mudah untuk mewujudkan kepuasan nasabah atau secara menyeluruh. Dimana nasabah yang dihadapi pada saat ini berbeda dengan nasabah pada beberapa dasawarsa lalu. Kini nasabah semakin terdidik dan menyadari akan hak-haknya. Oleh karena itu dapatlah dipahami bila ada kalangan atau pakar pemasaran yang berpendapat bahwa tidak realistis bila suatu perusahaan mengharapkan tidak ada nasabah yang tidak puas.² Namun,

¹Iis Sugianti, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah yang Mengajukan Klaim pada PT Prudential Life Assurance Cilegon*, <https://www.repository.uinjkt.ac.id/>. Diakses pada tanggal 14 Februari 2019

²Ade Irma Suryani, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT Asuransi Takaful Umum Cabang Pekanbaru*, <https://www.repository.uin-suska.ac.id/>. Diakses pada tanggal 14 Februari 2019

tentu saja setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan nasabah dan memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik.

Jadi, memang benar adanya bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sangat berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan suatu perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang dapat memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana suatu perusahaan memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan atau bahkan meniadakan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan.

Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya nasabah yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan dapat dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan suatu perusahaan memuaskan nasabah.

Menurut data AAJI (Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia) tahun 2015, saat ini jumlah perusahaan asuransi jiwa di Indonesia berjumlah 76 perusahaan asuransi umum, 50 perusahaan asuransi jiwa, 6 perusahaan reasuransi, 3 perusahaan asuransi wajib, 2 perusahaan asuransi sosial. Namun jumlah masyarakat Indonesia yang memiliki asuransi masih rendah yaitu hanya berkisar 4% dari jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 249 juta jiwa.³

Pemuasan nasabah harus disertai dengan pemantauan terhadap kebutuhan dan keinginan mereka. Dimana PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan merupakan perusahaan asuransi yang memiliki daya tarik tersendiri, dimana PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan adalah salah satu perusahaan asuransi yang memiliki produk asuransi lengkap. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang

³Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia, *Daftar Perusahaan*, <https://www.aaji.or.id/>. Diakses pada tanggal 14 februari 2019

diharapkan. Bagi perusahaan kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan nasabah. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah.

Dengan mengidentifikasi atribut dari tiap produk dan mengedepankan pelayanan terhadap kepuasan nasabahnya. Oleh karena itu, PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan wajib merencanakan citra perusahaan atau produk, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan nasabah atau nasabahnya.

Hal ini dilakukan PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan sebagai langkah untuk memberikan pelayanan yang memuaskan bagi nasabah. Upaya peningkatan kualitas pelayanan oleh PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan bersifat inovatif dan berorientasi pada kepuasan nasabah. Namun masih muncul pertanyaan, apakah hal tersebut telah benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi Nasabah PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan yang dapat dilihat dari lima dimensi pelayanan yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (kepedulian).

Tabel 1.1.

**Jumlah Nasabah dan Pencapaian Target Pemasaran Asuransi Kerugian
PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan
tahun 2015 – 2018.**

No.	Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Nasabah (%)
1.	2015	410	28 %
2.	2016	369	26%
3.	2017	427	31%
4.	2018	208	15%

Sumber : PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah nasabah asuransi kerugian dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi. Yang dapat dilihat dari tahun 2015 hingga tahun 2018 PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan dari tahun ke tahun terus mengalami guncangan dan ketidakpastian jumlah nasabah.

Berdasarkan uraian di atas, penulis mencoba untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah asuransi kerugian yang dapat menyebabkan tidak tercapainya target penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan khususnya dalam bidang asuransi kerugian sehingga dapat diketahui bagaimana pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Apakah terjadi kesenjangan antara harapan nasabah asuransi dengan pengalaman yang didapatkan nasabah, sebab kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan sehingga memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan agar nasabah merasa puas. Atas dasar itulah, penulis memilih judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Kerugian di PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah :

1. Jumlah Nasabah asuransi kerugian PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan tahun 2015 – 2018 mengalami fluktuasi.
2. Kualitas pelayanan pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan masih belum maksimal.
3. Kurangnya perhatian yang dilakukan pihak asuransi dalam mencermati kepuasan nasabah asuransi kerugian.

C. Batasan Masalah

Agar masalah yang dibahas tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan dan terciptanya efektivitas dari tema penelitian ini maka perlu dibuat suatu batasan masalah, dalam penulisan ini penulis membatasi hanya tentang tingkat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah asuransi kerugian pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan suatu pokok permasalahan yaitu :

1. Apakah kualitas pelayanan secara keseluruhan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah asuransi kerugian PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan jika diuji secara parsial ?
2. Apakah kualitas pelayanan secara keseluruhan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah asuransi kerugian PT Asuransi Asei Indoneisa Persero Cabang Medan jika diuji secara simultan ?
3. Faktor-faktor kualitas pelayanan apa sajakah yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah asuransi kerugian PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan ?

E. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan latar belakang masalah, pembatasan dan perumusan masalah, maka penelitian skripsi ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah asuransi kerugian pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi berwujud, keandalan, tanggapan, jaminan dan empati terhadap kepuasan nasabah asuransi kerugian pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.
3. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan karyawan di PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan terhadap nasabah, khususnya nasabah asuransi kerugian.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari adanya penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis

Manfaat yang dapat penulis ambil dari penelitian ini adalah dapat memberikan tambahan wawasan penulis mengenai mutu pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.

2. Bagi perusahaan

Penulisan skripsi ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi pihak asuransi dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan agar lebih memuaskan nasabah serta untuk mempertahankan tingkat pelayanan yang menguntungkan dimasa kini dan masa mendatang.

3. Bagi akademisi

Penulisan skripsi ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian dibidang kualitas pelayanan jasa.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Tinjauan Pustaka

1. Asuransi Kerugian

Keberadaan asuransi bukanlah menghilangkan atau membatalkan suatu risiko, melainkan akan memberikan bantuan keuangan (*financial*) kepada mereka yang mengalami kerugian akibat risiko tersebut. Asuransi mampu memberikan jaminan keuangan kepada pihak tertanggung atas kerugian yang dialami akibat terjadinya risiko sehingga nilai kerugian dapat diminimalkan.

a. Pengertian Asuransi Kerugian

Menurut Salim “Asuransi kerugian ialah suatu kemana untuk menetapkan kerugian kecil (sedikit) yang sudah pasti sebagai kerugian (*substitusi*) kerugian-kerugian besar yang belum pasti”¹

Dari definisi tersebut diatas dapat diketahui bahwa orang bersedia membayar kerugian yang sedikit untuk masa sekarang agar bisa menghadapi kerugian-kerugian besar yang mungkin terjadi dimasa yang akan datang.

b. Fungsi dan Manfaat Asuransi Kerugian

Asuransi kerugian adalah asuransi yang menjamin kerugian atau kerusakan pada harta benda atau kepentingan yang secara langsung disebabkan oleh suatu peristiwa yang tidak diketahui sebelumnya.

Asuransi memiliki 3 fungsi yaitu :

1). Pengalihan risiko (*risk transfer*)

Asuransi merupakan mekanisme pengalihan risiko, dimana seseorang atau perusahaan dapat mengalihkan risikonya kepada perusahaan dengan membayar premi asuransi dalam jumlah yang jauh lebih kecil dari pada kerugian yang mungkin terjadi.

¹Muhammad Hamdan Abdul Gafur, *Pengakuan Pendapatan dan Beban Klaim Sesuai PSAK No. 28 pada PT Asuransi Adira Dinamika Regional Operation IV Medan*, <https://www.repository.usu.ac.id/>. Diakses pada tanggal 26 Februari 2019

2). Wadah dana bersama (*the common pool*)

Premi-premi yang diterima oleh perusahaan asuransi (penanggung) dari para tertanggungnya akan dikumpulkan oleh penanggung ke dalam suatu wadah dana bersama (*pool*) untuk setiap jenis risiko yang sama, kemudian setiap ganti rugi yang dibayar diambil dari dana bersama tersebut.

Fungsi tambahan asuransi terdiri dari :

1). Rangsangan bagi pengembangan usaha

Rangsangan terpenting dari pengembangan usaha adalah suntikan dana tambahan dari bidang usaha yang produktif. Namun demikian, dana tersebut harus dapat segera dicairkan jika terjadi keadaan darurat yang dapat membahayakan usaha utama mereka.

2). Pencegahan kerugian (*loss prevention*)

Perusahaan asuransi umumnya memperkerjakan para ahli untuk memeriksa proses produksi yang dijalankan oleh tertanggung. Mereka akan memberikan rekomendasi mengenai langkah-langkah yang harus diambil untuk mencegah terjadinya kerugian.

3). Pengendalian kerugian (*loss control*)

Para ahli asuransi sadar bahwa berapapun usaha yang diberikan untuk mencegah terjadinya suatu kecelakaan, karena keterbatasan manusia maka kerugian akan tetap saja mungkin terjadi. Karena itu, mereka akan tetap berusaha menemukan cara-cara untuk memperkecil tingkat kerugian jika kerugian itu tetap terjadi.

4). Manfaat sosial (*social benefit*)

Asuransi dapat menjaga stabilitas sosial dan ekonomi masyarakat.

5). Tabungan (*saving*)

Manfaat lain dari asuransi adalah sebagai salah satu bentuk tabungan, misalnya asuransi pensiun, asuransi pendidikan anak, dan lain-lain.²

²Ery Nasution, *Fungsi dan Tujuan Asuransi*, <https://www.asuransibinagriya.blogspot.com>. Diakses pada tanggal 26 Februari 2019

Fungsi lainnya adalah sebagai berikut :

1). Penanaman modal (*investment of fund*)

Dana yang terkumpul dari premi yang diterima oleh perusahaan asuransi kemungkinan hanya akan berumur pendek, sebab klaim dapat terjadi setiap saat. Oleh sebab itu, dana harus diinvestasikan secermat mungkin sehingga dapat memberikan keuntungan (*return*) yang cukup untuk mengantisipasi *inflasi* dan laba perusahaan.

2). Pemasukan devisa (*invisible earning*)

Perusahaan asuransi juga membuka polis untuk tertanggung yang berada diluar negeri. Premi yang diterima untuk jenis asuransi ini merupakan sumber pemasukan devisa bagi negara.³

Adapun manfaat asuransi adalah sebagai berikut :

- 1). Memberikan rasa aman
- 2). Mempercepat laju pertumbuhan ekonomi
- 3). Mengurangi biaya modal
- 4). Menjamin stabilitas usaha
- 5). Memastikan biaya untuk risiko usaha⁴

c. Pandangan Islam Terhadap Asuransi Kerugian

Umat muslim di Indonesia pada saat ini juga sudah banyak yang terlibat dalam urusan asuransi, oleh karena itu asuransi sangat perlu ditinjau dari sudut pandang agama Islam dengan lebih detail. Praktek asuransi diperbolehkan dan dikemukakan oleh Abd. Wahab Khalaf Mustafa Akhmad Zarqa Muhammad Yusuf Musa dan juga Abd. Rakhman Isa. Sementara alasan diperbolehkannya asuransi adalah sebagai berikut:

- 1). Tidak terdapat nash yang melarang praktek asuransi.
- 2). Memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak.

³Eko, *Fungsi Asuransi*, <http://www.fungsiklopedia.com>. Diakses pada tanggal 26 Februari 2019

⁴Sugeng, *Pengertian, jenis dan Manfaat Asuransi Kerugian*, <http://jenisasuransiterbaik.blogspot.com>. Diakses pada tanggal 26 Februari 2019

- 3). Asuransi bisa digunakan untuk kepentingan umum karena premi yang sudah terkumpul bisa diinvestasikan sebagai proyek produktif dan juga pembangunan.
- 4). Asuransi termasuk ke dalam jenis koperasi.
- 5). Asuransi dianalogikan dengan sistem pensiun seperti pada taspen.⁵

Firman Allah dalam potongan ayat Surat Al-Maidah : 2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ

إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya :

*“Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong menolong dalam perbuatan dosa dan pelanggaran. Bertaqwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksa-Nya”*⁶

Hadits Rasulullah SAW :

وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ

Artinya :

*“Dan Allah akan menolong hamba selama hamba itu menolong saudaranya” [Hadits Riwayat Muslim]”*⁷

2. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Menurut Gronroos pelayanan adalah suatu serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen atau nasabah dengan karyawan

⁵Mareesa, *Asuransi Dilihat dari Sudut Pandang Islam*, <https://dalamislam.com/hukum-islam/asuransi-dalam-islam>. Diakses pada 21 Juli 2019

⁶Ifhtul Emka, *Dalil Al-Quran Tentang Asuransi*, <http://emka.web.id/special/2016/ayat-al-quran-terkait-asuransidalil-quran-terkait-asuransi/>. Diakses pada 21 Juli 2019

⁷Gamacca Institute, *Asuransi dalam Perspektif Islam*, <http://gamaccainstitute.blogspot.com/2013/02/asuransi-dalam-perspektif-islam.html>. Diakses pada 21 Juli 2019.

atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksudkan untuk memecahkan masalah konsumen atau nasabah.

b. Asas-asas Pelayanan

Dalam memberikan suatu pelayanan publik, instansi penyedia pelayanan publik harus memperhatikan asas pelayanan publik. Asas-asas pelayanan publik menurut Keputusan Menpan 63/2003 adalah sebagai berikut:

1). Transparansi

Transparansi yang berarti bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah untuk dimengerti.

2). Akuntabilitas

Akuntabilitas yaitu sesuatu yang dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

3). Kondisional

Kondisional yang berarti sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.

4). Partisipatif

Partisipatif yang berarti mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.

5). Kesamaan hak

Kesamaan hak yang berarti tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan suku, ras, agama, golongan, gender dan status ekonomi.

6). Keseimbangan hak dan kewajiban

Pemberi dan penerima pelayanan publik harus memenuhi hak dan kewajiban masing-masing pihak.⁸

⁸Ratminto and Atik, *Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizens Charter dan Standar Pelayanan*, (Surakarta : Pustaka Pelajar, 2010) h. 12

c. Prinsip Pelayanan

Prinsip dari pelayanan publik adalah sebagai berikut :

1). Kesederhanaan

Prosedurnya tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan dilaksanakan.

2). Kejelasan

Jelas dalam hal persyaratan teknis dan administratif, unit kerja/pejabat yang berwenang dan bertanggungjawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan dalam pelaksanaan pelayanan publik, serta rincian biaya dan tata cara pembayarannya.

3). Kepastian waktu

Dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

4). Akurasi

Produknya diterima dengan benar, tepat dan sah.

5). Keamanan

Proses dan produknya memberikan rasa aman dan kepastian hukum.

6). Tanggung jawab

Penyelenggara bertanggung jawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian persoalan yang timbul.

7). Kelengkapan sarana dan prasarana

Tersedia sarana dan prasarana kerja yang memadai termasuk penyediaan sarana teknologi telekomunikasi dan informatika.

8). Kemudahan akses

Lokasi dan sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau dan dapat memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informatika.

9). Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan

Pemberi layanan harus bersikap disiplin, santun, serta ikhlas.

10). Kenyamanan

Lingkungan pelayanan harus teratur, aman, nyaman, bersih, rapi, dan dilengkapi dengan berbagai fasilitas pendukung pelayanan.⁹

⁹*Ibid.*, h. 13

d. Standar Pelayanan

Setiap penyelenggaraan pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan dan dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan, dan standar pelayanan tersebut harus ditaati oleh pemberi atau penerima pelayanan. Berikut merupakan standar pelayanan publik :

1). Prosedur pelayanan

Prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi/penerima pelayanan termasuk pengaduan.

2). Waktu penyelesaian

Ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian termasuk pengaduan.

3). Biaya pelayanan

Biaya/tarif pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan.

4). Produk pelayanan

Hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

5). Sarana dan prasarana

Penyediaan sarana dan prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggara pelayanan.

6). Kompetensi petugas pemberi pelayanan

Harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap dan perilaku yang dibutuhkan.¹⁰

e. Faktor Penentu Kualitas Pelayanan

Berikut adalah beberapa faktor penentu kualitas pelayanan :

1). Berfungsinya mekanisme *voice*.

2). Birokrat yang berorientasi pada kepentingan masyarakat. Khususnya pengguna jasa.

¹⁰ *Ibid.*, h. 14

- 3). Terbangunnya kultur pelayanan dalam organisasi pemerintah yang bertugas memberikan pelayanan.
- 4). Diterapkannya sistem pelayanan yang mengutamakan kepentingan masyarakat pengguna jasa pelayanan.¹¹

f. Pandangan Islam Terhadap Pelayanan

Menurut Fakih dan Wijayanto mengemukakan, seorang muslim yang ditugasi mengurus urusan umat (pemimpin) wajib memiliki *spirit* mencintai kebenaran, bijaksana, menjaga amanah dan kepercayaan, ikhlas dan memiliki semangat pengabdian, melayani masyarakat dengan baik, zuhud terhadap kekuasaan, jujur, memiliki visi keumatan, dan tanggung jawab moral. Apabila disertai tanggung jawab oleh negara kemudian tidak dilaksanakan dengan baik sesuai standar pelayanan yang telah ditentukan, Allah akan murka kepadanya sehingga kelak tidak mendapatkan perhatian Allah di hari kiamat.¹²

Firman Allah dalam potongan ayat Surat Al-Isra : 7

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ ۖ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ

Artinya :

“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri”

Hadits Rasulullah SAW :

خَيْرُكُمْ مَنْ يُرْحَى خَيْرُهُ وَيُؤْمِنُ شَرُّهُ

Artinya :

“Sebaik-sbaik kalian adalah orang yang diharapkan kebaikannya dan sedangkan keburukannya terjaga.” (HR. Tirmidzi no. 2252 dan dishahihkan oleh Al-Albani di dalam *Shahihul Jami’* no. 2603)

¹¹ *Ibid.*, h. 17

¹² Aceh tribun news, *Pelayanan Publik Menurut Islam*, <https://aceh.tribunnews.com/2015/11/06/pelayanan-publik-menurut-islam>. Diakses pada 21 Juli 2019

3. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam Purnomo mengungkapkan bahwa Kualitas berkaitan dengan memenuhi atau melebihi harapan nasabah, Kualitas berlaku untuk jasa manusia, proses dan lingkungan.

Sedangkan Roesanto dalam Nanang Tasunar berpendapat bahwa: “Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian nasabah tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan”.

Menurut Kotler, kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli/konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.¹³

Dari definisi-definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan nasabah atau konsumen.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman *et al.*, dalam Purnomo menyatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan adalah :

- 1). Keterwujudan (*tangible*), merupakan dimensi kualitas pelayanan yang menitik beratkan pada elemen-elemen yang mewakili pelayanan secara fisik.

¹³Sugeng, *Pengertian Definisi Kualitas Pelayanan*,
<http://skripsimanajemen.blogspot.com>. Diakses pada tanggal 26 Februari 2019

- 2).Kehandalan (*reliability*), merupakan kemampuan untuk memberikan jasa sebagaimana yang dijanjikan secara akurat.
- 3).Daya Tangkap (*responsiveness*), yaitu dimensi kualitas pelayanan pada kemampuan untuk menghargai kepercayaan dan kerahasiaan.
- 4).Jaminan (*assurance*), merupakan dimensi kualitas pelayanan yang menitikberatkan pada perilaku personel jasa untuk perhatian terhadap nasabah.
- 5).Empati (*empathy*) merupakan dimensi yang menekankan pelayanan nasabah sebagai seorang individu.¹⁴

c. Kualitas Pelayanan Menurut Pandangan Islam

Islam mengajarkan apabila ingin menjalankan suatu usaha baik dalam bidang barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan sesuatu yang berkualitas dan tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain, dan janganlah memberikan sesuatu barang maupun pelayanan/jasa yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain sehingga dapat menimbulkan kerugian bagi orang lain.

Seperti yang dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 268:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا
الْحَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”

¹⁴Donny Syahbana, Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Susu Warga Mulya Purwobinangun Pakem Sleman, https://eprints.uny.ac.id/38976/1/SKRIPSI_DONNY%20SYAHBANA_10404244005.pdf. Diakses pada tanggal 20 Agustus 2019

Hadits Rasulullah SAW. :

إِذَا ضَيِّعَتِ الْأَمَانَةُ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ. قَالَ: كَيْفَ إِضَاعَتُهَا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ: إِذَا أُسْنِدَ الْأَمْرُ إِلَى غَيْرِ أَهْلِهِ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ.

Artinya :

“Apabila amanat disia-siakan, maka tunggulah kehancurannya, berkata seseorang: bagaimana caranya menyia-nyiakan amanat ya Rasulullah? Berkata Nabi: apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya” (HR. Bukhari)¹⁵

4. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Menurut Rangkuti kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara pengalamannya atas kinerja suatu produk dan harapan-harapannya.

Sedangkan pengertian lain menyebutkan bahwa kepuasan nasabah adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah. Jadi dapat disebutkan bahwa kepuasan merupakan fungsi dari kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, nasabah tidak puas. Tetapi jika sebaliknya, kinerja melebihi harapan maka nasabah akan merasa puas.

Menurut Tjiptono untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan nasabah. Perusahaan harus melakukan empat hal, yaitu :

- 1). Mengidentifikasi siapa nasabahnya
- 2). Memahami tingkat harapan nasabah akan kualitas.
- 3). Memahami strategi kualitas layanan nasabah.
- 4). Memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan nasabah.¹⁶

¹⁵Muhsin, *Kualitas Pelayanan Jasa dalam Perspektif Islam*, <http://thedarkancokullujaba.blogspot.com/2010/12/kualitas-pelayanan-jasa-dalam.html>. Diakses pada 21 Juli 2019

¹⁶Ahmad Khusaini, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Arena Yogyakarta*, <https://eprints.uny.ac.id>. Diakses pada tanggal 21 Juli 2019

b. Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Kenedy dan Young untuk mengukur kepuasan konsumen dengan indikator sebagai berikut :

- 1).Menyampaikan hal positif penyedia jasa ke orang lain (*say positif thing*)
- 2).Merekomendasikan penyedia jasa kepada orang lain (*recommend friend*)
- 3).Melakukan pemberian secara berkelanjutan (*continue purchasing*)

c. Mengukur Kepuasan Nasabah

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

- 1).Kepuasan nasabah keseluruhan

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

- 2).Dimensi kepuasan nasabah

Berbagai penelitian memilih kepuasan nasabah ke dalam komponen-komponennya. Umumnya proses semacam ini terdiri atas empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kepuasan nasabah. Kedua, meminta nasabah untuk menilai produk atau jasa

perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf pelayanan. Ketiga, meminta nasabah menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Dan keempat, meminta para nasabah untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan nasabah secara keseluruhan.

3). Konfirmasi harapan (*Confirmation of Expectation*)

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

4). Minat pembelian ulang (*Repurchase Intent*)

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

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

Dalam kasus produk pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, rumah, dan sebagainya), kesediaan nasabah untuk merekomendasi produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

6). Ketidakpuasan nasabah (*Customer Dissatification*)

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

- a). *Complain*
- b). Retur atau pengembalian produk
- c). Biaya garansi
- d). Penarikan kembali produk dari pasar
- e). *Defections* (konsumen yang beralih ke pesaing)¹⁷

¹⁷Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang : Bayumedia Publishing, 2007), h. 366

d. Metode Pengukuran Kepuasan

Paling tidak ada empat metode yang banyak dipergunakan dalam mengukur kepuasan nasabah, metode yang digunakan dalam pengukuran kepuasan nasabah adalah sebagai berikut :

1). Sistem keluhan dan saran

Perusahaan dapat membuat saran bagi nasabah untuk memberikan pendapat secara langsung atas jasa yang diberikan oleh perusahaan melalui kotak keluhan dan saran. Kotak saran dan keluhan ini ditempatkan di tempat yang mudah dijangkau oleh nasabah agar mereka dapat langsung menuliskan pendapatnya dan dimasukkan kedalam kotak tersebut.

2). *Ghost Shopping*

Metode *Ghost Shopping* berupaya untuk mendapatkan gambaran mengenai tingkat kepuasan nasabah dengan cara meperkerjakan beberapa orang (*Ghost shopper*) untuk berperan sebagai nasabah atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Selanjutnya para *Ghost shopper* diminta melaporkan temuan-temuannya mengenai kelemahan dan kekuatan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka setelah keseluruhan produk tersebut mereka beli dan mereka evaluasi.

3). *Lost Customers Analysis*

Metode *survey* merupakan metode pemantauan kepuasan nasabah dengan cara menghubungi nasabah yang telah berhenti menjadi nasabah atau beralih ke perusahaan pesaing. Mereka menghubungi untuk memperoleh informasi tentang penyebab berhenti menjadi nasabah perusahaan. Metode ini sulit untuk dilaksanakan karena tentunya sulit untuk mengidentifikasi dan menghubungi nasabah yang telah meninggalkan perusahaan.

4). Survey Kepuasan Nasabah

Pada umumnya setiap perusahaan melakukan *survey* kepada nasabahnya untuk mendapatkan tanggapan dan umpan balik secara

langsung. *Survey* ini biasanya dilakukan secara langsung, *door to door*, mapupun melalui media komunikasi.¹⁸

e. Kepuasan Nasabah Menurut Pandangan Islam

Salah satu keharusan seorang muslim adalah menjalin dua hubungan, yaitu *Hablum Hinallah* (hubungan yang baik dengan Allah) dan *Hablum Minannas* (hubungan yang baik dengan manusia). Dalam konteks kepuasan nasabah, interaksi antara penjual dan pembeli merupakan hubungan baik dengan manusia, Allah telah memberikan pedoman dalam Qur'an surah Ali-Imran ayat 159 bagaimana memberikan pelayanan yang sesuai dengan syariat islam agar nasabah merasa puas.

Firman Allah dalam Qur'an Surah Ali-Imran Ayat 159 :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya :

*“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”*¹⁹

Hadits Rasulullah SAW :

لا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّى يُحِبَّ لِأَخِيهِ مَا يُحِبُّ لِنَفْسِهِ

¹⁸Philip Katler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Jilid Indeks, 2009), h. 72

¹⁹Al-Quran Surat Ali-Imran ayat 159 , *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya*, (Departemen Agama RI, PT. Toha Putra, Semarang), 1997, h.56

Artinya :

“Tidak sempurna iman seseorang sampai dia mencintai saudaranya seperti dia mencintai dirinya sendiri”

B. Kajian Terdahulu

1. Aryawan Tri Raharja, Imroatul Khasanah²⁰ melakukan penelitian dengan judul analisis kualitas pelayanan, kualitas Produk, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada nasabah PT Prudential Life Assurance Semarang). Dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas produk, maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Sedangkan, pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah yang paling tinggi diantara variabel yang lain yaitu dengan koefisien regresi sebesar 0,307. Sementara pada variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan, maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebagaimana ditemukan dalam analisis pada penelitian ini ber-koefisien regresi sebesar 0,306. Pada variabel nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin baik nilai pelanggan, maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Selain itu, nilai pelanggan merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dan pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dalam penelitian ini ber-koefisien regresi sebesar 0,306.

²⁰Aryawan Tri Raharja, Imroatul Khasanah, *analisis kualitas pelayanan, kualitas Produk, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada nasabah PT Prudential Life Assurance Semarang)*, (Vol. 4, Tahun 2015) h.9

2. Novianto²¹ melakukan penelitian dengan Judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Asuransi Central Asia (ACA) Cabang Di Pontianak. Berdasarkan hasil penelitian PT Asuransi Central di Pontianak menerapkan kebijakan dari dimensi berwujud dengan cukup baik, karena sebagian responden berpendapat letak lokasi perusahaan yang cukup strategis sehingga memudahkan nasabah untuk menjangkaunya. Kebijakan dimensi keandalan yang telah diterapkan PT Asuransi Central Asia Cabang di Pontianak sejauh ini sudah baik misalnya dalam hal mengutamakan kepentingan nasabah, kecakapan dalam penanganan masalah, harga premi yang bersaing dengan asuransi lain serta penyampaian informasi produk secara akurat kepada nasabah di nilai baik oleh sebagian responden. Kebijakan dimensi ketanggapan, yang telah diterapkan PT Asuransi Central Asia Cabang di Pontianak sejauh ini sudah baik, sebahagian responden menyatakan sikap dan tanggapan perusahaan dalam mengatasi klaim yang diajukan dinilai baik, namun kecepatan karyawan dalam menangani proses pembayaran premi dinilai perlu ditingkatkan. Kebijakan pada dimensi jaminan dan kepastian yang telah diterapkan PT Asuransi Central Asia Cabang di Pontianak sejauh ini sudah baik serta pada karyawan dalam hal ini yang berwawasan luas dalam berkomunikasi dengan nasabah dinilai baik. Kebijakan pada dimensi empati yang diterapkan PT Asuransi Central Asia Cabang di Pontianak menyatakan perusahaan menawarkan produk dengan cara yang simpatik, serta adanya kesediaan dan sikap karyawan untuk mendengarkan keluhan dari nasabah.
3. Januar Efendi Panjaitan²² melakukan penelitian ini dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Cabang Bandung. Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan pada JNE cabang Bandung termasuk dalam kategori baik. Ini artinya kualitas pelayanan JNE mendapatkan penilaian positif dan kesan yang baik di hati pelanggan.

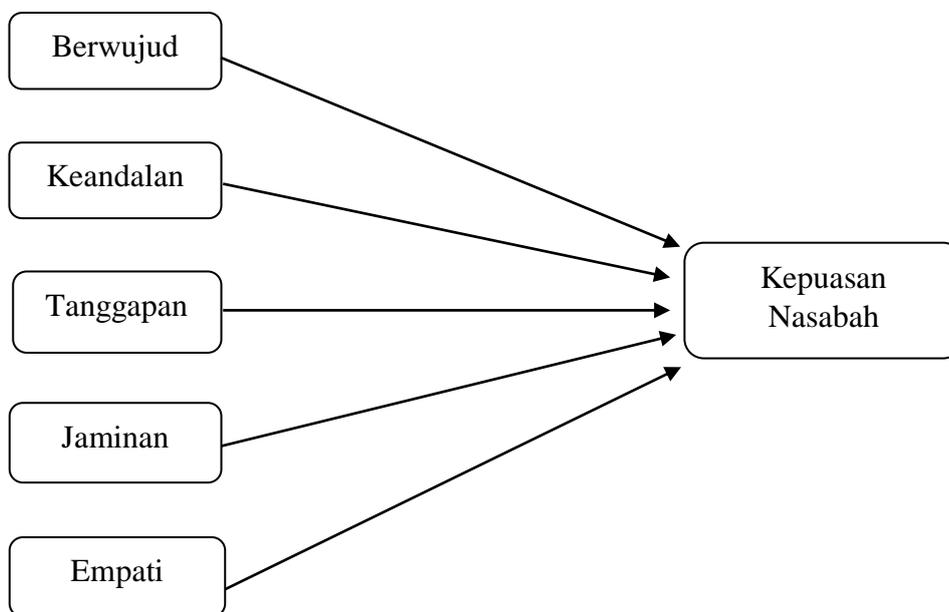
²¹Novianto, *pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Asuransi Central Asia (ACA) Cabang Di Pontianak* (Vol. 1, No.5, September 2016)h.12

²²Januar Efendi Panjaitan, *pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Cabang Bandung* (Vol.11 No.2, September 2016)h.20

Kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman JNE masuk dalam kategori sangat baik. Dengan tingkat kepuasan yang tinggi hal ini menunjukkan bahwa pelanggan akan selalu setia menggunakan jasa pengiriman JNE. Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel jaminan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

C. Kerangka Teoritis

Berdasarkan Kerangka Pemikiran



Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran

D. Hipotesa

Hipotesa merupakan suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga untuk menuntun/mengarahkan penyelidikan selanjutnya.

Berdasarkan tinjauan diatas maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

H0 : kualitas berwujud berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H1 : kualitas berwujud tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H0 : kualitas keandalan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H2 : kualitas keandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H0 : kualitas koresponsifan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H3 : kualitas koresponsifan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H0 : kualitas jaminan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H4 : kualitas jaminan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H0 : kualitas empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H5 : kualitas empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini bertempat di PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan yang beralamat di Jl. Sei Serayu, Tj. Rejo, Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara. Waktu penelitian yang akan dilakukan oleh penulis dimulai pada bulan Juli sampai awal bulan September 2019.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Suharyadi, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah Asuransi Kerugian PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan, pada tahun 2018 yang berjumlah 208 nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun merupakan bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.¹

¹Nur Ahmadi, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan : FebiUinsu Press, 2016), h.34

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Slovin*. Dari ketetapan metode *Slovin* jumlah populasi nasabah yang diketahui pada tahun 2018 berjumlah sebesar 208 nasabah, maka dapat diketahui sampel pada penelitian ini sebanyak 68 nasabah.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin*:²

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

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran populasi yaitu 68 nasabah

e : Persentase ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%

Perhitungan mencari jumlah sampel :

$$\frac{208}{1 + 208 (0,1)^2}$$

$$= \frac{208}{1 + 2,08}$$

$$= \frac{208}{1 + 208 (0,01)}$$

²Nursalam, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Salemba Medika, Ed. 3, 2013), h. 176.

$$= \frac{208}{3,08}$$

$$= 67,53$$

D. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang dikumpulkan untuk mencapai tujuan penelitian.

1. Data primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh penulis yang bersumber dari objek penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti berupa data yang diperoleh dari responden tentang persepsi dan pendapat konsumen terhadap kualitas pelayanan dalam peningkatan Nasabah pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.

2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari perusahaan secara tertulis dan diolah untuk mendukung data primer seperti data jumlah nasabah asuransi kerugian PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan empat tahun terakhir, sejarah singkat PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan, dan struktur organisasi PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk bisa mengumpulkan data yang terkait dengan permasalahan dari penelitian yang diambilnya.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :³

³Anik Widiastuti, *Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian*, <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/pendidikan/Anik%20Widiastuti,%20S.Pd.,%20M.Pd./PENELITIAN%205%20DATA%20TEKNIK%20PENGUMPULAN%20DATA%20&%20INSTRUMEN%20PENELITIAN.pdf>. Diakses pada tanggal 21 Juli 2019.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang ditujukan kepada Perusahaan atau Karyawan Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan dengan menggunakan *skala Likert* dengan bentuk *Checklist*.

Tabel 3.1 Kriteria Penilaian Kuesioner

PERNYATAAN	BOBOT
ngat Setuju	5
tuju	4
rang Setuju	3
lak Setuju	2
ngat Tidak Setuju	1

2. Studi Literatur

Teknik pengumpulan data dengan melakukan pencarian terhadap berbagai sumber tertulis, baik berupa buku, arsip, artikel, jurnal, dan dokumen-dokumen lainnya yang relevan dengan permasalahan yang dikaji. Sehingga informasi yang didapat dari studi literatur ini dijadikan rujukan untuk memperkuat argumentasi-argumentasi yang ada.

3. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan melakukan komunikasi langsung dengan objek yang diteliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara terstruktur.

4. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan langsung kelapangan untuk memastikan bahwa data yang didapat valid.

F. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini ada lima variabel yang diukur, yaitu berwujud (X_1), kehandalan (X_2), daya tangkap (X_3), jaminan (X_4), empati (X_5) sebagai variabel bebas (*independent variabel*), kemudian Kepuasan Nasabah (Y) sebagai variabel terikat (*dependent variabel*).

Tabel 3.2 Definisi Operasional

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala Ukur
1.	Berwujud (<i>Tangible</i>) X_1	Segala bukti fisik seperti pegawai, fasilitas, peralatan, tampilan fisik dari pelayanan perusahaan.	a. Ruang tunggu pelayanan. b. Loker pelayanan. c. Penampilan petugas pelayanan.	Skala Likert
	Keandalan (<i>Reability</i>) X_2	Kemampuan memenuhi pelayanan yang dijanjikan secara terpercaya dan tepat.	a. Keandalan petugas dalam memberikan informasi pelayanan. b. Keandalan petugas dalam melancarkan prosedur pelayanan. c. Keandalan petugas dalam memudahkan teknis pelayanan.	Skala Likert
	Tanggapan (<i>Responsiveness</i>) X_3	Kemauan untuk membantu nasabah dan menyediakan pelayanan yang tepat	a. Respon petugas pelayanan terhadap keluhan nasabah. b. Respon petugas pelayanan terhadap keluhan nasabah. c. Respon petugas terhadap kritikan nasabah.	Skala Likert
	Jaminan (<i>Assurance</i>) X_4	Pengetahuan dari para pegawai dan kemampuan mereka untuk menerima kepercayaan dan kerahasiaan	a. Kemampuan administrasi petugas pelayanan. b. Kemampuan teknis petugas pelayanan. c. Kemampuan sosial petugas pelayanan.	Skala Likert
	Empati (<i>Empathy</i>) X_5	Perhatian individual diberikan oleh perusahaan kepada para nasabah	a. Perhatian petugas pelayanan. b. Kepedulian petugas pelayanan. c. Keramahan petugas pelayanan.	Skala Likert

2.	Kepuasan Nasabah (Y)	Merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan sesuai dengan harapan.	a. Perasaan puas b. Kesesuaian harapan c. Kesiadaan untuk merekomendasi d. Selalu membeli produk	Skala Likert
----	----------------------	---	---	--------------

G. Teknik Analisis Data

Untuk mendukung suatu hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan perangkat lunak (*software*) *SPSS Statistik* agar sebuah data yang diperoleh dapat menjadi informasi. Adapun pengujian-pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian atau tidak.

a. Uji Validitas

Menurut Duwi, uji validitas item digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur.

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan melakukan korelasi *bivariate* 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 valid⁴.

b. Uji Reliabilitas

⁴Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2005) h. 82.

Menurut Arikunto “reliabilitas merupakan suatu instrumen yang cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.”.

Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Uji realibilitas ini sangat tergantung pada kesungguhan responden dalam menjawab semua item pertanyaan penelitian. Standar *Cronbach's alpha* $> 0,5$ maka data dinyatakan reliabel.⁵

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, agar dapat perkiraan yang efesiensi maka dilakukan pengujian asumsi klasik yang harus dipenuhi yaitu :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki regresi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, dapat dilakukan dengan cara menganalisis grafik. Pada prinsipnya, normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan cara melihat histrogram dari residualnya dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1). Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2). Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola

⁵Sahid Raharjo, *Cara Melakukan Uji Reliabilitas Alpha Cronbach's dengan SPSS*, <https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.html>. Diakses pada tanggal 26 Februari 2019

distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

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 Faktor* (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.⁶

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas. Dasar analisis uji heterokedastisitas adalah :

- 1). Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengidentifikasi telah terjadi heterokedastisitas.
- 2). Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Variabel

⁶Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta : PT, Grafindo Persada, 2011) h. 177.

independen dilambangkan dengan X_1, X_2, \dots, X_n sedangkan variabel dependen dilambangkan dengan Y .

Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$KN = b_1B + b_2K + b_3T + b_4J + b_5E$$

Dimana:

KN	= Kepuasan Nasabah
b_1B	= Koefisien regresi variable berwujud (X_1)
b_2K	= Koefisien regresi variable keandalan (X_2)
b_3T	= Koefisien regresi variable keresponsifan (X_3)
b_4J	= koefisien regresi variable jaminan (X_4)
b_5E	= koefisien regresi variable empati (X_5)
X_1	= berwujud
X_2	= kehandalan
X_3	= keresponsifan
X_4	= jaminan
X_5	= empati
e	= standar error

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah prosedur untuk menguji pendugaan suatu fenomena. Uji Hipotesis merupakan hasil akhir dari proses logika deduktif. Logika deduktif adalah proses penalaran yang menganut asas koherensi, mengingat premis merupakan informasi yang bersumber dari pernyataan yang telah teruji kebenarannya.

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik parsial (uji t) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji 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. 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.⁷

Untuk menguji bagaimana pengaruh dari masing-masing variabel bebas (*independent variabel*) secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat (*dependent variabel*) maka dilakukan uji parsial (uji t), sehingga dapat 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.⁸

Kaidah keputusan :

Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

b. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Untuk melihat seberapa besar variabel-variabel bebas (*independent variabel*) mampu memberikan penjelasan mengenai variabel terikat (*dependent variabel*) maka perlu dicari nilai koefisien determinasi (R^2). Nilai R^2 adalah nol dan satu. Jika nilai R^2 semakin mendekati satu, menunjukkan 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 (*independent variable*) yang korelasinya tertinggi dan signifikan terhadap variabel terikat (*dependent variable*). Jika ada variabel yang tidak signifikan maka

⁷Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, h. 239.

⁸Indriani, *Pengaruh Pendapatan*, h. 61.

variabel tersebut dikeluarkan. Dalam hal ini akan dilihat pula perubahan nilai R^2 ketika variabel bebas masuk ke dalam model.⁹

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

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

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (*independent variabel*) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (*dependent variabel*). Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

⁹ *Ibid*, h.62.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Umum PT. Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan

PT. Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan merupakan salah satu perusahaan asuransi yang memiliki produk asuransi yang lengkap. Produk dan layanan yang tersedia pada Asuransi Asei Indonesia adalah Asuransi keuangan, yaitu memberikan ganti rugi kepada tertanggung terhadap kemungkinan resiko kerugian akibat tidak diterimanya sebagian atau seluruh pelunasan pembayaran. Dan Asuransi umum (non-keuangan), yaitu penanggulangan resiko atas kerugian, kehilangan manfaat dan tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang timbul dari peristiwa yang tidak pasti.

a. Tahun 1985

Pendirian PT Asuransi Ekspor Indonesia (Persero), berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 20 Tahun 1983. Perseroan bergerak dibidang asuransi untuk mendukung pengembangan ekspor non-migas.

b. Tahun 2002

Seiring dengan perkembangan dan dinamika bisnis, PT Asuransi Ekspor Indonesia (Persero), membangun identitas korporasi baru dengan perubahan logo perusahaan dan pembangunan kultur perusahaan yang siap menghadapi tantangan dan persaingan yang semakin ketat.

c. Tahun 2013

Kementrian BUMN menyiapkan perusahaan Reasuransi Nasional untuk mengatasi tingginya pembayaran premi reasuransi ke perusahaan luar negeri. PT Asuransi Ekspor Indonesia (persero) dipilih untuk menjadi perusahaan reasuransi nasional.

d. Tahun 2014

Perubahan nama PT Asuransi Ekspor Indonesia (persero) menjadi PT Asei Reasuransi Indonesia (Persero), disingkat menjadi Asei

Re. Seiring dengan perubahan nama perusahaan tersebut juga ada perubahan pada logo baru Asei Re.

PT Asei Reasuransi Indonesia (Persero) mendirikan anak perusahaan PT Asuransi Asei Indonesia untuk melaksanakan bisnis asuransi dan Penjaminan yang selama ini dijalankan Asuransi Asei pada 9 Oktober 2014 berdasarkan Akte Pendirian Perusahaan Nomor 08 yang dibuat oleh dan dihadapan Notaris Marthin Aliunir, SH dan memperoleh Keputusan Menteri Hukum dan HAM RI melalui Surat Keputusan Nomor AHU-29156.40.10.2014 tertanggal 13 Oktober 2014 serta Surat Ijin Usaha Asuransi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor KEP-121/D.05/2014 tanggal 21 Oktober 2014.

OJK memberikan ijin pengalihan portofolio Bisnis *Direct* dan Reasuransi PT Asei Re kepada PT Asuransi Asei Indonesia, dan pada 17 Desember 2014 *spin off* mendapat persetujuan efektif dari RUPS PT Asei Re.

e. Tahun 2015

Sedangkan PT Asei Re pada awal 2015 bertransformasi dan berubah nama menjadi PT Reasuransi Indonesia Utama (Persero). Perubahan nama perusahaan tersebut terjadi seiring dengan adanya pergantian identitas perusahaan (*corporate identity*) sehingga menjadikan Asuransi Asei memiliki ciri khas secara fisik berbeda dengan perusahaan asuransi lainnya. Tujuan lain dari dibentuknya identitas baru bagi Asuransi Asei adalah agar masyarakat/khalayak dapat dengan mudah mengenali perusahaan Asuransi Asei dan produknya. Identitas perusahaan tidak hanya terbatas pada logo, tetapi juga mencakup atribut lain yang secara fisik dapat membantu mengingatkan masyarakat kepada Asuransi Asei.

Dengan terjadinya perubahan identitas bagi perusahaan, diharapkan *awareness* masyarakat secara umum juga harus dibangun melalui penerapan identitas perusahaan secara konsisten dan dilakukan secara menyeluruh. Konsistensi tersebut akan tercapai bila perusahaan

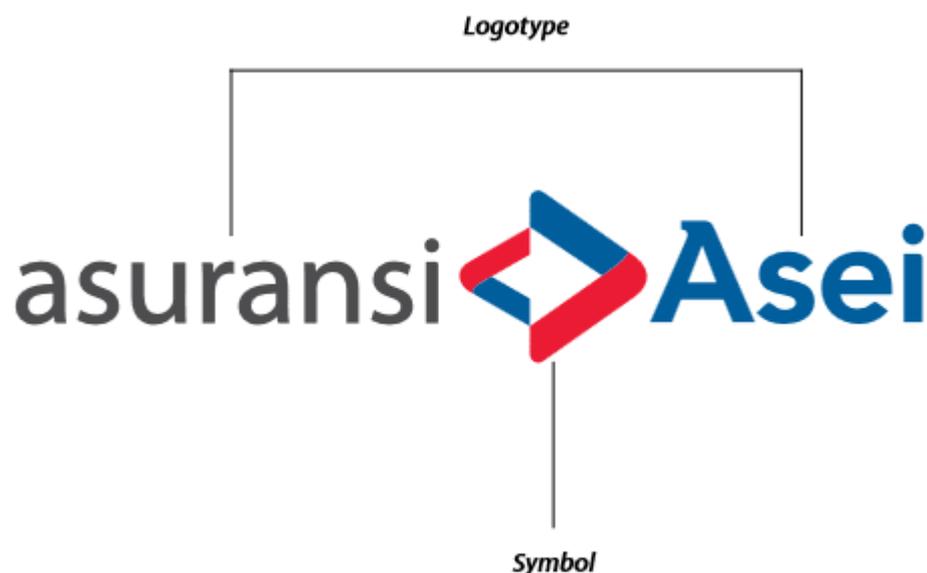
telah memiliki standar sistem yang disusun ke dalam buku pedoman identitas perusahaan (*corporate identity guidelines*).

Aturan-aturan yang ada dalam buku pedoman ini harus benar-benar dipahami oleh para pengambil keputusan dan pelaksana di lapangan. Tujuannya agar penerapan identitas perusahaan tetap konsisten karena dilakukan oleh orang yang mengerti pentingnya logo sebagai identitas perusahaan yang merupakan pembangun ekuitas perusahaan.

2. Logo dan Visi Misi Perusahaan

Corporate signature Asuransi Asei merupakan suatu identitas perusahaan yang mencerminkan *brand personality* dan juga sebagai pembeda dari perusahaan/brand lainnya. *Corporate signature* Asuransi Asei terdiri dari *logotype* Asuransi Asei, dan simbol Asuransi Asei.

a. Logo Perusahaan



Gambar 4.1 Logo Asuransi Asei Indonesia

Adapun makna yang terkandung dari logo PT Asuransi Asei Indonesia Persero adalah sebagai berikut :

1). Arti Warna pada Logo

Warna yang terdapat pada logo Asuransi Asei adalah biru dan merah. Dengan warna biru yang berarti sebuah bentuk kepedulian,

ketenangan, perlindungan, kenyamanan, kemapanan, dan sikap mengayomi. Sedangkan warna merah yang berarti sebuah semangat untuk tumbuh dan berkembang dengan memperluas cakupan usaha serta sikap berani dalam mengambil keputusan.

2).Kesimpulan Arti Logo

Simbol dari logo Asuransi Asei terdiri dari mata panah yang saling beraliansi atau terhubung, bentuk dari kedua mata panah tersebut terlihat seperti pita yang merupakan simbol dari sebuah komitmen dan kepercayaan, yang menjadi aspek penting dalam bidang Asuransi. Dua mata panah yang saling bersinggungan merupakan wujud dari bisnis yang saling terintegrasi. Dari kedua mata panah itu terciptalah siluet sebuah mata panah kearah kanan, menjadi sebuah semangat untuk bergerak menjadi lebih maju dan lebih baik. Dengan warna biru yang berarti sebuah bentuk kepedulian, ketenangan, perlindungan, kenyamanan, kemapanan, dan sikap mengayomi. Sedangkan warna merah berarti sebuah semangat untuk tumbuh dan berkembang dengan memperluas cakupan usaha serta sikap berani dalam mengambil keputusan. Sehingga logo tersebut merupakan penggambaran dari sebuah usaha menjadi lebih baik dengan mulai memperluas dalam hal bidang usaha, memperbaiki kualitas kerja, memegang teguh komitmen dan kepercayaan, serta mengintegrasikan seluruh sub-bidang usaha.

b. Visi dan Misi Perusahaan

Untuk membangun suatu perusahaan dan program kerja yang lebih baik, oleh karenanya perusahaan harus memiliki visi dan misi yang harus dicapai pada masa mendatang. Visi dan misi PT. Asuransi Asei Indonesia Persero adalah sebagai berikut :

1).Visi Perusahaan

Visi merupakan *what we believe we can be* yaitu dimana visi merupakan suatu tujuan atau gambaran tentang masa depan seperti ingin menjadi apa perusahaan pada masa mendatang, dan berarti juga

sebagai cita-cita yang harus diraih. PT. Asuransi Asei Indonesia Persero memiliki visi sebagai berikut :

“Menjadi perusahaan asuransi keuangan yang terkemuka dan terpercaya di Indonesia melalui layanan terintegrasi berbasis teknologi”.

2).Misi Perusahaan

Misi merupakan what we believe we can do yaitu misi merupakan langkah-langkah apa saja yang dapat dilakukan untuk mencapai sebuah visi perusahaan tersebut. PT Asuransi Asei Indonesia Persero memiliki misi sebagai berikut :

- 1).Berkomitmen tinggi dalam mernberikan pelayanan prima serta bernilai tambah pada *stakeholder* melalui inovasi produk dan pengembangan teknologi informasi yang berkesinambungan.
- 2).Memperoleh hasil *underwriting* yang terus meningkat melalui Asuransi Keuangan, Asuransi Umum, dan Asuransi Syariah.
- 3).Meningkatkan kompetensi dan produktivitas sumber daya manusia yang profesional secara berkelanjutan.

3. Struktur Organisasi Perusahaan

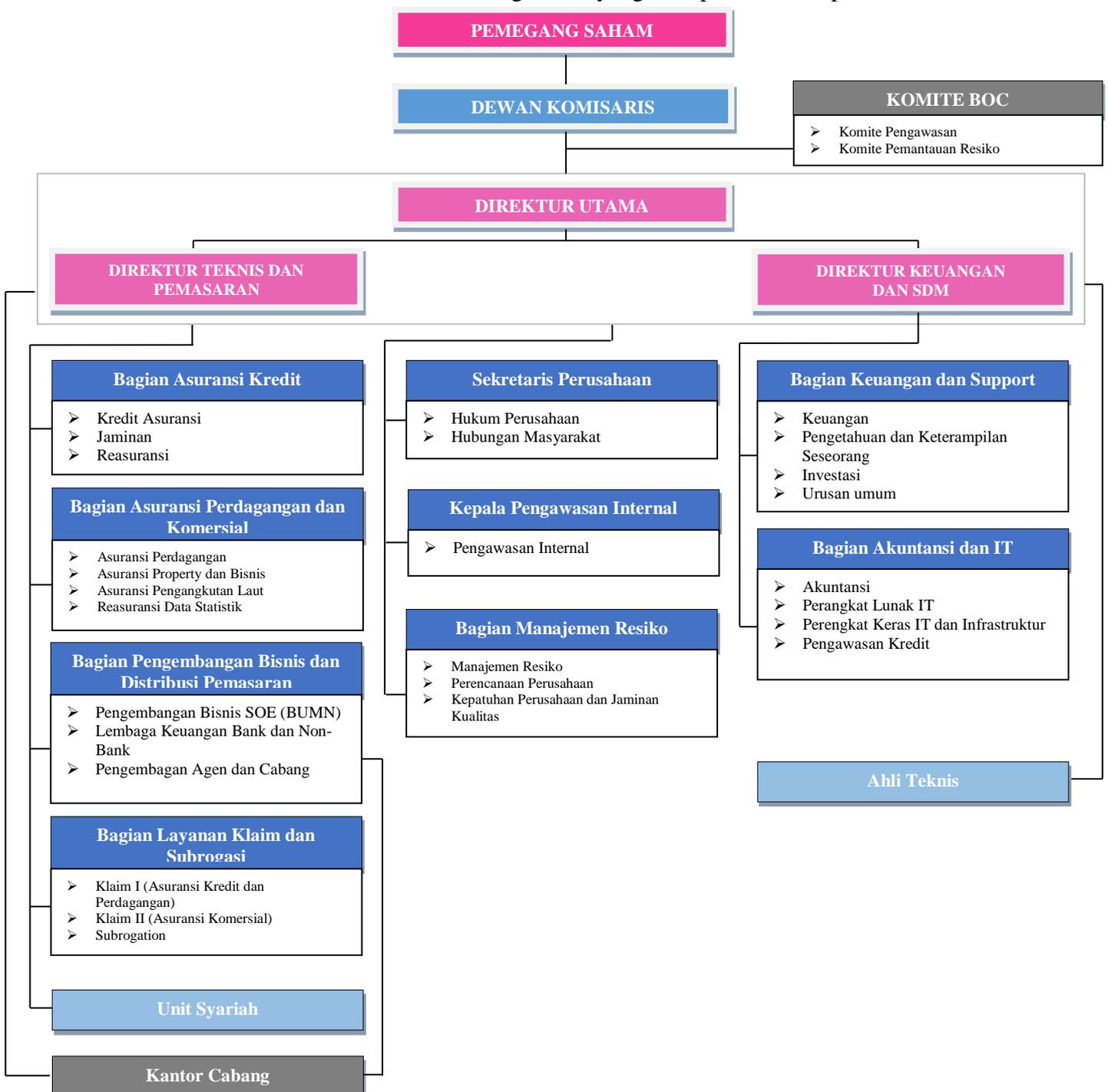
Struktur organisasi merupakan sistem tugas, alur kerja, hubungan pelaporan dan saluran komunikasi yang dikaitkan secara bersama dalam pekerjaan individual maupun kelompok. Struktur organisasi dalam sebuah perusahaan maupun organisasi biasanya digambarkan dalam bentuk Bagan Struktur Organisasi (*Organization Chart*) yaitu suatu diagram yang menggambarkan pengaturan posisi pekerjaan dalam organisasi yang diantaranya juga termasuk garis komunikasi dan wewenangnya.

Suatu organisasi yang baik akan menimbulkan keselarasan, keserasian, dan keseimbangan dalam bekerja. 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.

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 efisiensi sehingga menunjang hasil produksi perusahaan dengan lebih baik. PT Asuransi Asei Indonesia memiliki struktur organisasi sebagai berikut :

a. Struktur Organisasi Kantor Pusat

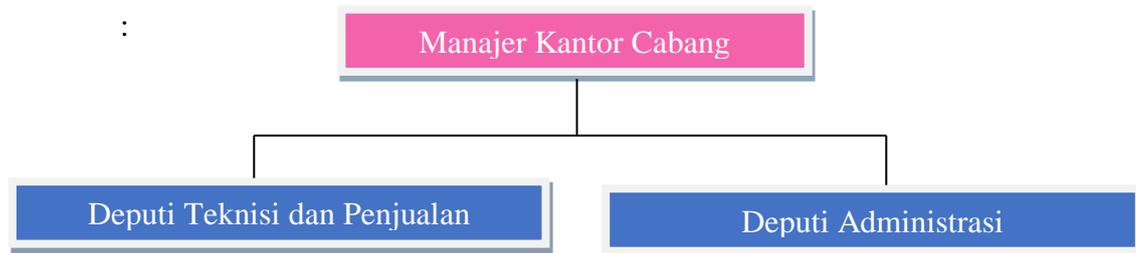
Berikut adalah struktur organisasi yang terdapat di kantor pusat :



Gambar 4.2 Struktur Organisasi Kantor Pusat

b. Struktur Organisasi Kantor Cabang Medan

Berikut adalah struktur organisasi yang terdapat di kantor cabang Medan



Gambar 4.3 Struktur Organisasi Kantor Cabang Medan

4. Deskripsi Tugas

a. Uraian Tugas Pokok Struktur Organisasi Pusat

Uraian tugas pokok masing-masing jabatan yang terdapat dalam struktur organisasi kantor pusat adalah sebagai berikut :

1). Pemegang Saham

Pemegang saham PT. Asuransi Asei Indonesia adalah PT. Reasuransi Indonesia Utama (Persero) dengan komposisi 99,998% dan sisanya 0,002% dimiliki oleh koperasi pegawai PT. Asuransi Asei Indonesia (Persero).

Tugas dari pemegang saham itu sendiri adalah :

- 1). Merancang dan menentukan rencana bisnis.
- 2). Menunjuk dan memberhentikan direksi perusahaan.
- 3). Memeriksa laporan keuangan.

2). Dewan Komisaris

Tugas Dewan Komisaris adalah sebagai berikut :

- 1). Melakukan pengawasan terhadap suatu kebijakan pengurusan, jalannya pengurusan pada umumnya baik mengenai Perseroan maupun usaha perseroan yang dilakukan oleh Direksi termasuk pengawasan terhadap pelaksanaan rencana jangka panjang perusahaan, rencana kerja dan anggaran perusahaan serta ketentuan anggaran dasar dan Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), dan peraturan perundang-undangan.

- 2). Bertanggung jawab atas kerugian perusahaan atau perseroan, dalam hal pemegang saham tidak dapat mengembalikan *dividen interim* (pembagian laba sementara).

3).Direktur Utama

Tugas Direktur Utama adalah sebagai berikut :

- 1).Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan atau institusi.
- 2).Memilih, menetapkan dan mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian (manajer) atau wakil direktur.
- 3).Menyetujui anggaran tahunan perusahaan atau institusi.

4).Direktur Teknis dan Pemasaran

Tugas Direktur Teknis dan Pemasaran adalah sebagai berikut :

- 1).Mengarah pada peningkatan pemahaman pelaku pasar dan penanganan serta pelayanan bisnis baru.
- 2).Mengarah pada pemenuhan pelayanan PT. Asuransi Asei Indonesia untuk lebih optimal melakukan upaya penanganan bisnis.
- 3).Melaksanakan fungsi dan tanggung jawab PT. Asuransi Asei Indonesia dalam memberikan berbagai kemudahan akses untuk memperoleh layanan yang lebih cepat kepada nasabah.
- 4).Mendorong adanya berbagai terobosan penting yang inovatif dan berkelanjutan dalam rangka pengembangan dan peningkatan kualitas pelayanan informasi dan produk.

5).Direktur Keuangan dan SDM

Tugas dari Direktur Keuangan dan Sumber Daya Manusia (SDM) adalah sebagai berikut :

- 1).Mengatur kinerja keuangan perusahaan.
- 2).Mampu memenangkan pertumbuhan perusahaan.
- 3).Melakukan perencanaan, mengembangkan dan implementasi strategi pada bidang pengelolaan dan juga pengembangan SDM, seperti merekrut karyawan, kebijakan, kontrak kerja, konsultasi,

penggajian, peraturan, pelatihan, membangun motivasi, evaluasi dan lain sebagainya.

6). Unit Syariah

Tugas dari Unit Syariah adalah sebagai berikut :

- 1). Menjamin pengambilan keputusan yang efektif, tepat, dan cepat serta dapat bertindak secara *independent*, tidak mempunyai kepentingan yang dapat mengganggu kemampuannya untuk melaksanakan tugas secara mandiri dan krisis.
- 2). Melaksanakan tugas pengawasan dan pemberian nasehat dan saran kepada Direksi agar kegiatan usaha sesuai dengan prinsip syariah.
- 3). Menyelenggarakan rapat secara berkala paling sedikit 6 (enam) kali dalam 1 (satu) tahun.

7). Sekretaris Perusahaan

Tugas dari Sekretaris Perusahaan adalah sebagai berikut :

- 1). Melakukan penyempurnaan pedoman dan otomasi sistem kearsipan perusahaan.
- 2). Penyempurnaan *website* perusahaan untuk sosialisasi produk dan jasa peningkatan branding perusahaan termasuk optimalisasi sosial media perusahaan yang sudah tersedia agar tercipta interaksi dengan *customer* yang lebih baik.
- 3). Penyempurnaan pedoman proses pengadaan barang dan jasa termasuk alur kerja (SOP) proses pengadaan barang dan jasa.

8). Kepala Pengawasan Internal

Tugas Kepala Pengawasan Internal adalah sebagai berikut :

- 1). Melakukan *review* kebijakan yang telah diterbitkan untuk memastikan sinkronisasi antar kebijakan dan terpenuhinya pengendalian internal demi terlaksananya proses bisnis yang efektif.
- 2). Melakukan *review* atas implementasi kebijakan yang diterapkan di lapangan dan merekomendasikan peluang penyempurnaannya.

- 3). Berkoordinasi dengan Divisi IT dan Manajemen Resiko untuk mengembangkan pengawasan berbasis teknologi sehingga diharapkan SPI (Sistem Pengendalian Intern) dapat melakukan pendeteksian secara dini terhadap transaksi yang bersifat irregular dan terindikasi *fraud* (melanggar hukum).

9). Bagian Manajemen Resiko

Tugas dari Manajemen Resiko adalah sebagai berikut :

- 1). Melakukan pemetaan, evaluasi dan pengendalian atas profil risiko perusahaan secara periodik, sesuai dengan pedoman pengelolaan manajemen risiko yang ditetapkan oleh regulator (Otoritas Jasa Keuangan).
- 2). Meningkatkan kesadaran risiko pegawai terhadap kegiatan operasional perusahaan.
- 3). Penyempurnaan sistem dan prosedur dalam rangka peningkatan kualitas layanan sesuai dengan *best practices* dengan mempertahankan *International Organization for Standardization* (ISO) 9001:2015.
- 4). Implementasi (menerapkan) program *change management* secara berkelanjutan.

10). Bagian Asuransi Kredit

Tugas dari Bagian Asuransi Kredit adalah :

- 1). Menangani kredit asuransi.
- 2). Menangani jaminan asuransi.
- 3). Dan menangani Reasuransi.

11). Bagian Asuransi Perdagangan dan Komersial

Tugas dari Bagian Asuransi Perdagangan dan Komersial, adalah sebagai berikut :

- 1). Menangani asuransi perdagangan.
- 2). Menangani asuransi properti dan bisnis.
- 3). Menangani asuransi pengangkutan laut.
- 4). Reasuransi dan statistik

12). Bagian Pengembangan Bisnis dan Distribusi Pemasaran

Tugas dari Bagian Pengembangan Bisnis dan Distribusi Pemasaran adalah sebagai berikut :

- 1).Menangani pengembangan bisni SOE (BUMN).
- 2).Menangani keuangan Bank dan non-Bank.
- 3).Pengembangan Agen dan Cabang.

13). Bagian Keuangan dan Support

Tugas dari Bagian Keuangan dan *Support* adalah sebagai berikut :

- 1).Menangani permasalahan keuangan.
- 2).Melakukan penilaian pengetahuan dan keterampilan seseorang.
- 3).Menangani permasalahan investasi dan urusan umum.

14). Bagian Akuntansi dan IT

Tugas Bagian Akuntansi dan IT adalah sebagai berikut :

- 1).Menangani permasalahan akuntansi.
- 2).Menangani perbaikan dan perawatan *software* dan *hardware* IT.
- 3).Menangani pengawasan kredit.

b. Uraian Tugas Pokok Struktur Organisasi Kantor Cabang Medan

Uraian tugas pokok masing-masing jabatan adalah sebagai berikut :

1).Manajer Kantor Cabang

Tugas Manajer Kantor Cabang adalah sebagai berikut :

- 1).Membuat, menerapkan dan mengevaluasi rencana bisnis cabang.
- 2).Mengkoordinasi dan mengawasi semua operasi cabang, termasuk perekrutan staf, pelatihan dan pengawasan.

2).Deputi Teknisi dan Penjualan

Tugas Wakil Kepala Teknis dan Penjualan adalah sebagai berikut :

- 1).Menyusun strategi pemasaran berdasarkan kondisi pasar dan kemampuan perusahaan.
- 2).Memimpin bidang atau departemen pemasaran beserta seluruh sumber daya yang dimiliki.
- 3).Mengarahkan departemen pemasaran untuk mencapai produktivitas yang maksimal.

4). Menetapkan sasaran penjualan.

3). Deputi Administrasi

Tugas Wakil Kepala Administrasi adalah melaksanakan urusan perlengkapan yang meliputi perencanaan, pengadaan, penyimpanan, pendistribusian, perawatan inventaris dan usul penghapusan barang perlengkapan.

B. Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 6 pertanyaan untuk variabel Y dan 6 pertanyaan untuk variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 . Dimana yang menjadi variabel Y adalah Kepuasan Nasabah, variabel X_1 adalah Berwujud (*Tangible*), X_2 adalah Keandalan (*Reliability*), X_3 adalah Tanggapan (*Responsiveness*), X_4 adalah Jaminan (*Assurance*) dan X_5 adalah Empati (*Emphaty*). Angket yang disebarakan ini diberikan kepada 68 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	37	54%
2.	Perempuan	31	46%
Jumlah		68	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui jumlah responden laki-laki pada penelitian ini adalah 37 orang atau sebesar 54% sedangkan responden perempuan sebanyak 31 orang atau sebesar 46%. Ini menunjukkan bahwa yang menjadi responden pada penelitian ini lebih dominan laki-laki.

b. Identitas Responden Menurut Usia

4.2 Identitas Responden Menurut Usia

No.	Usia	Responden	Persentase (%)
1.	17-30 Tahun	15	22%
2.	30-40 Tahun	21	31%
3.	40-50 Tahun	32	47%
Jumlah		68	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa usia dominan responden adalah usia 40-50 tahun yaitu sebanyak 32 orang atau sama dengan 47%. Sedangkan yang terkecil adalah usia 17-30 tahun yaitu sebanyak 15 orang atau sama dengan 22% dari total responden.

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Angket yang digunakan dalam penelitian ini terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya 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 6 pertanyaan untuk variabel kualitas (X_1), (X_2), (X_3), (X_4), (X_5) dan 6 pertanyaan untuk variabel Kepuasan Nasabah (Y). Hasil perhitungan yang didapat peneliti yaitu dengan menggunakan program SPSS V20. Sementara untuk pengujian validitas angket digunakan rumus korelasi produk dan untuk menguji reliabilitas 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 68 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 $df-2 = 68-2=66$ sebesar 0,201 (Dilihat pada r_{tabel}).

1). Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X)

Pengujian Validitas dan Reliabilitas untuk variabel-variabel kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada 68 responden dengan hasil uji validitas dan reliabilitas yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

a). Uji Validitas dan Reliabilitas (X_1)

Pengujian Validitas dan Reliabilitas untuk variabel Berwujud (X_1) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Berwujud (X_1)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,390	0,201	Valid
2	0,648	0,201	Valid
3	0,633	0,201	Valid
4	0,342	0,201	Valid
5	0,596	0,201	Valid
6	0,633	0,201	Valid

Sumber : Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan data yang diperoleh pada tabel diatas, nilai r_{hitung} menunjukkan bahwa dari 6 butir angket dalam variabel Berwujud (X_1) 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 uji reliabilitas angket untuk variabel Berwujud (X_1) berdasarkan hasil perhitungan reliabilitas yang diperoleh dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* dinyatakan hasilnya sebagai berikut :

Tabel 4.4 Perhitungan Reliabilitas Variabel Berwujud (X_1)

Reliability Statistiks	
Cronbach's Alpha	N of Items
.674	6

Sumber: Data diolah 2019

Dari hasil output *reability statistik* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,674 dengan jumlah dengan jumlah pertanyaan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5%) dengan jumlah responden $N=68$ dan $df = N - 2 = 68 - 2 = 66$ adalah 0,201. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* $0,674 > 0,201$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket *reliable*.

b). Uji Validitas dan Reliabilitas (X_2)

Pengujian Validitas dan Reliabilitas untuk variabel Keandalan (X_2) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Keandalan (X_2)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,626	0,201	Valid
2	0,571	0,201	Valid
3	0,636	0,201	Valid
4	0,639	0,201	Valid
5	0,605	0,201	Valid
6	0,358	0,201	Valid

Sumber : Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel diatas, nilai r_{hitung} menunjukkan bahwa dari 6 butir angket dalam variabel Keandalan (X_2) dinyatakan valid semua karena sudah memenuhi syarat $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, sehingga dapat dinyatakan bahwa 6 pertanyaan tersebut layak digunakan dalam penelitian.

Dilihat dari sudut reliabilitas angket untuk variabel Keandalan (X_2) berdasarkan hasil perhitungan reliabilitas dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* dinyatakan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.6 Perhitungan Reliabilitas Variabel Keandalan (X_2)

Reliability Statistiks	
Cronbach's Alpha	N of Items
.597	6

Sumber: Data diolah 2019

Dari hasil output *reability statistik* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,597 dengan jumlah dengan jumlah pertanyaan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5%) dengan jumlah responden $N=68$ dan $df = N - 2 = 68 - 2 = 66$ adalah 0,201. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* $0,597 > 0,201$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket *reliable*.

c). Uji Validitas dan Reliabilitas (X_3)

Pengujian Validitas dan Reliabilitas untuk variabel Tanggapan (X_3) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Tanggapan (X_3)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,492	0,201	Valid
2	0,615	0,201	Valid
3	0,684	0,201	Valid
4	0,313	0,201	Valid
5	0,601	0,201	Valid
6	0,512	0,201	Valid

Sumber : Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel diatas, nilai r_{hitung} menunjukkan bahwa dari 6 butir angket dalam variabel Tanggapan (X_3) dinyatakan valid semua karena sudah memenuhi syarat $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, sehingga dapat dinyatakan bahwa 6 pertanyaan tersebut layak digunakan dalam penelitian.

Dilihat dari sudut reliabilitas angket untuk variabel Tanggapan (X_3) berdasarkan hasil perhitungan reliabilitas dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* dinyatakan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.8 Perhitungan Reliabilitas Variabel Tanggapan (X_3)

Reliability Statistiks	
Cronbach's Alpha	N of Items
.517	6

Sumber: Data diolah 2019

Dari hasil output *reability statistik* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,517 dengan jumlah dengan jumlah pertanyaan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5%) dengan jumlah responden $N=68$ dan $df = N - 2 = 68 - 2 = 66$ adalah 0,201. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* $0,517 > 0,201$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket *reliable*.

d). Uji Validitas dan Reliabilitas (X_4)

Pengujian Validitas dan Reliabilitas untuk variabel Jaminan (X_4) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Jaminan (X_4)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,403	0,201	Valid
2	0,625	0,201	Valid
3	0,556	0,201	Valid
4	0,567	0,201	Valid
5	0,401	0,201	Valid
6	0,617	0,201	Valid

Sumber : Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel diatas, nilai r_{hitung} menunjukkan bahwa dari 6 butir angket dalam variabel Jaminan (X_4) dinyatakan valid semua karena sudah memenuhi syarat $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, sehingga dapat dinyatakan bahwa 6 pertanyaan tersebut layak digunakan dalam penelitian.

Dilihat dari sudut reliabilitas angket untuk variabel Jaminan (X_4) berdasarkan hasil perhitungan reliabilitas dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* dinyatakan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.10 Perhitungan Reliabilitas Variabel Jaminan (X_4)

Reliability Statistiks	
Cronbach's Alpha	N of Items
.496	6

Sumber: Data diolah 2019

Dari hasil output *reability statistik* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,496 dengan jumlah dengan jumlah pertanyaan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5%) dengan jumlah responden $N=68$ dan $df = N - 2 = 68 - 2 = 66$ adalah 0,201. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* $0,496 > 0,201$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket *reliable*.

e). Uji Validitas dan Reliabilitas (X_5)

Pengujian Validitas dan Reliabilitas untuk variabel Empati (X_5) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Empati (X_5)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,418	0,201	Valid
2	0,576	0,201	Valid
3	0,654	0,201	Valid
4	0,426	0,201	Valid
5	0,589	0,201	Valid
6	0,784	0,201	Valid

Sumber : Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel diatas, nilai r_{hitung} menunjukkan bahwa dari 6 butir angket dalam variabel Empati (X_5) dinyatakan valid semua karena sudah memenuhi syarat $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, sehingga dapat dinyatakan bahwa 6 pertanyaan tersebut layak digunakan dalam penelitian.

Dilihat dari sudut reliabilitas angket untuk variabel Empati (X_5) berdasarkan hasil perhitungan reliabilitas dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* dinyatakan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.12 Perhitungan Reliabilitas Variabel Empati (X_5)

Reliability Statistiks	
Cronbach's Alpha	N of Items
.591	6

Sumber: Data diolah 2019

Dari hasil output *reability statistik* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,591 dengan jumlah dengan jumlah pertanyaan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5%) dengan jumlah responden $N=68$ dan $df = N - 2 = 68 - 2 = 66$ adalah 0,201. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* $0,591 > 0,201$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket *reliable*.

2). Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y)

Uji Reliabilitas 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 reliabel 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 68 diluar sampel. Dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13 Uji Validitas Kepuasan Nasabah

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,391	0,201	Valid
2	0,643	0,201	Valid
3	0,615	0,201	Valid
4	0,354	0,201	Valid
5	0,561	0,201	Valid
6	0,618	0,201	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 $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ sehingga dapat

dinyatakan bahwa 6 pertanyaan tersebut layak digunakan dalam penelitian.

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

Tabel 4.14 Perhitungan Reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y)

Reliability Statistiks	
Cronbach's Alpha	N of Items
.501	6

Sumber: Data diolah 2019

Dari hasil output *reliability statistik* di atas di peroleh nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,501 dengan pertanyaan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5%) dengan jumlah responden $N=68$ dan $df= N-2=66$ adalah 0,201.

Dengan demikian, nilai *Alpha Cronbach* $0,501 > 0,201$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket *reliable*. Reliabilitas ini juga di tunjukan dengan nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,501 - 1 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian sangat *reliable*.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji yang dilakukan sebagai syarat-syarat statistik yang harus dipenuhi 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 atau terhubung secara normal atau tidak. Apabila data yang digunakan tersebut terdistribusi normal artinya adalah data sampel tersebut dapat mewakili populasi. Data dapat dikatakan normal apabila nilai signifikasinya lebih

dari 0,05. Jika data tidak normal tetapi dekat dengan nilai kritis (misalnya signifikansi *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,049) maka dapat dicoba dengan metode lain yang mungkin memberikan justifikasi normal. Tetapi Jika data jauh dari nilai normal, maka dapat dilakukan beberapa langkah yaitu :

- 1). Melakukan transformasi data yang dapat dilakukan kedalam bentuk logaritma, akar kuadrat dan *inverse* atau bentuk yang lain tergantung dari bentuk kurva normalnya apakah condong ke kiri atau ke kanan, atau mengumpul di tengah, atau menyebar ke samping kanan dan kiri.
- 2). Menambah data observasi

Tabel 4.15 Hasil Pengujian One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Predicted Value
N		68
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	24.1764706
	Std. Deviation	2.03535074
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.054
	Negative	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		.837
Asymp. Sig. (2-tailed)		.485

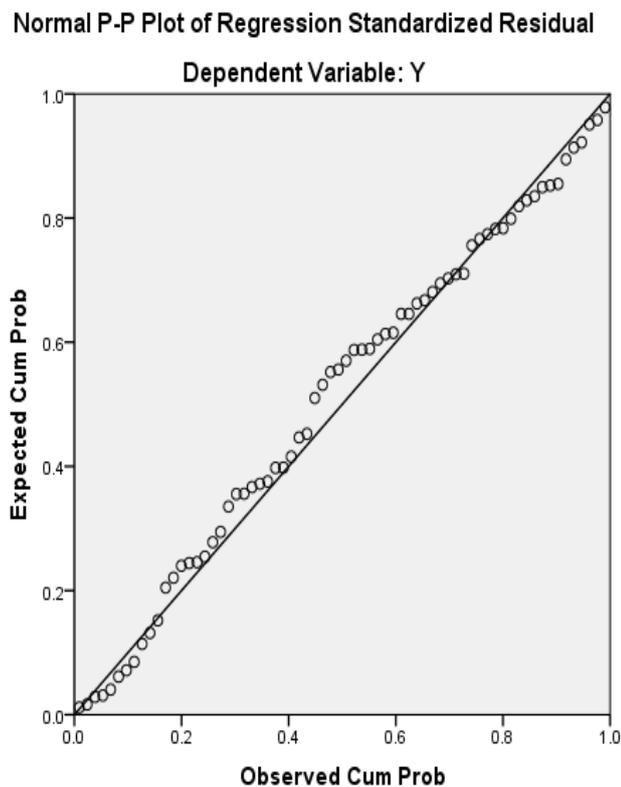
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah 2019

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa tingkat sig $0,485 > 0,05$. Hal ini dapat di artikan bahwa tingkat signifikasinya lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini terdistribusi normal.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan *SPSS (Statistikal Package for the Social Sciences) windows version 20* dapat dilihat pada grafik P- Plot dibawah ini, dimana jika titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal maka data tersebut dikatakan berdistribusi normal.



Gambar 4.4 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 interkorelasi atau kolinearitas yang merupakan hubungan yang kuat antar satu variabel bebas (*independent variabel*) dengan variabel bebas (*independent variabel*) lainnya pada model regresi. Untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya multikolinearitas yaitu dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF). Jika nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) tidak lebih dari 10, maka terjadi multikolinearitas. Hal ini dapat dilihat dari tabel berikut :

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 Multikolinearitas

		Coefficients ^a						Collinearity Statistiks	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients					
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	2.174	2.279		.954	.344			
	X1	.428	.103	.408	4.151	.000	.601	1.664	
	X2	.080	.104	.096	1.774	.442	.378	2.648	
	X3	.054	.092	.056	1.588	.559	.643	1.554	
	X4	.172	.088	.201	1.949	.056	.549	1.823	
	X5	.183	.108	.213	1.691	.096	.367	2.728	

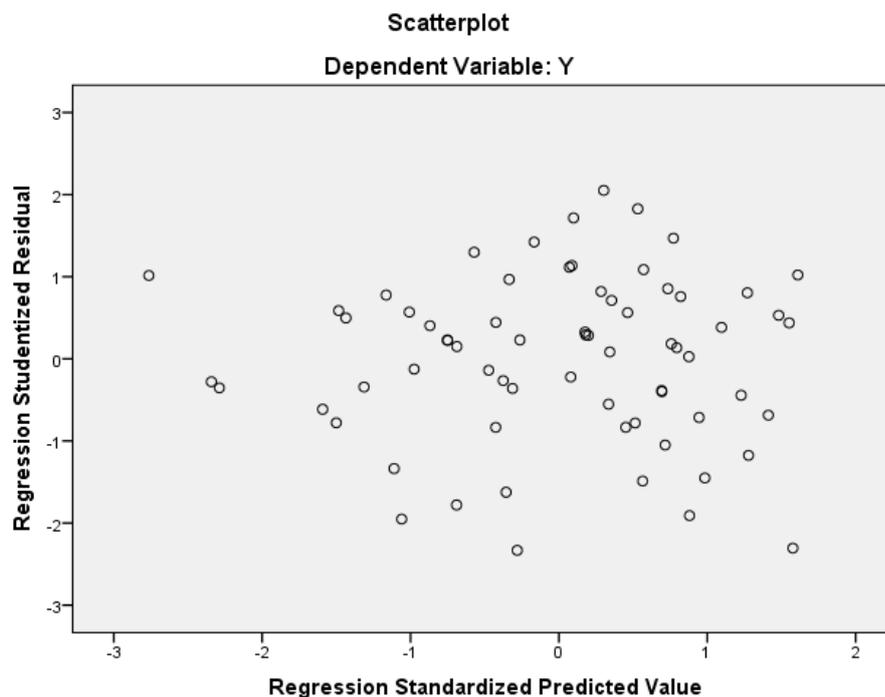
a. Dependent Variable: Y
(Sumber: Data di olah 2019)

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 multikolinearitas diantara Berwujud (X_1), =1,664 Keandalan (X_2), = 2,648 Tanggapan (X_3), = 1,554 Jaminan (X_4), = 1,823 dan Empati (X_5) =2,728. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah apabila tidak terjadinya heterokedastisitas suatu model terbebas dari heteroskedastisitas 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 4.5 Uji Heteroskedastisitas

Gambar diatas merupakan hasil dari uji heteroskedastisitas. Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik data menyebar disekitar angka nol, data tersebut tidak mengumpul disatu titik. Penyebaran titik-titik data tersebut juga tidak membentuk suatu pola. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini tidak mengalami permasalahan heterokedastisitas.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi linear berganda. Model analisis linear berganda merupakan model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *independent variable* atau variabel bebas seperti (Berwujud, Keandalan, Tanggapan, Jaminan, dan Empati) terhadap (*dependent variabel*) atau variabel terikat seperti (Kepuasan) pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.

Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistik	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.174	2.279		.954	.344		
	X1	.428	.103	.408	4.151	.000	.601	1.664
	X2	.080	.104	.096	1.774	.442	.378	2.648
	X3	.054	.092	.056	1.588	.559	.643	1.554
	X4	.172	.088	.201	1.949	.056	.549	1.823
	X5	.183	.108	.213	1.691	.096	.367	2.728

a. Dependent Variable: Y

(Sumber: Data di olah 2019)

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

$$Y = 2,174 + X_1(0,428) + X_2(0,080) + X_3(0,054) + X_4(0,172) + X_5(0,183)$$

Adapun penjelasan dari persamaan regresi berganda sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 2,174 menyatakan bahwa jika bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati diabaikan atau sama dengan nol, maka kepuasan nasabah adalah sebesar 2,174.
2. Koefisien regresi Berwujud (X_1) sebesar 0,428 menyatakan bahwa setiap peningkatan variabel berwujud menyatakan satu satuan, maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan sebesar 0,428 dengan asumsi faktor lain konstan.
3. Koefisien regresi Keandalan (X_2) sebesar 0,080 menyatakan bahwa setiap peningkatan variabel keandalan memiliki satu satuan, maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan sebesar 0,080 dengan asumsi faktor lain konstan.

4. Koefisien regresi Tanggapan (X_3) sebesar 0,054 menyatakan bahwa setiap peningkatan variabel ketanggapan memiliki satu satuan, maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan sebesar 0,054 dengan asumsi faktor lain konstan.
5. Koefisien regresi Jaminan (X_4) sebesar 0,172 menyatakan bahwa setiap peningkatan variabel jaminan memiliki satu satuan, maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan sebesar 0,172 dengan asumsi faktor lain konstan.
6. Koefisien regresi Empati (X_5) sebesar 0,183 menyatakan bahwa setiap peningkatan variabel empati memiliki satu satuan, maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan sebesar 0,183 dengan asumsi faktor lain konstan.

e. Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (Uji t) dilakukan untuk mengetahui pengaruh variable berwujud, keandalan, tanggapan, 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:

$$\begin{aligned}
 T_{tabel} &= n \text{ (Jumlah Sampel)} - k \text{ (Jumlah Variabel X + Y)} \\
 &= 68 - 6 \\
 &= 62 \\
 &= 1,66980
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan rumus diatas, dapat diketahui bahwa dengan derajat bebas 100 dan signifikan 0,05 di peroleh t_{tabel} sebesar 1,66980. Hasil uji t pada berikut:

Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.174	2.279		.954	.344
	X1	.428	.103	.408	4.151	.000
	X2	.080	.104	.096	1.774	.442
	X3	.054	.092	.056	1.588	.559
	X4	.172	.088	.201	1.949	.056
	X5	.183	.108	.213	1.691	.096

a. Dependent Variable: Y

(Sumber: Data di olah 2019)

1). Pengujian pengaruh Berwujud (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan perhitungan SPSS, diperoleh angka t_{hitung} Berwujud sebesar 4,151 > dari t_{tabel} 1,66980 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini berarti hipotesis diterima yaitu Berwujud secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.

2). Pengujian pengaruh Keandalan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan perhitungan SPSS, diperoleh angka t_{hitung} Keandalan sebesar 1,774 > dari t_{tabel} 1,66980 dan nilai signifikan sebesar 0,442 < 0,05. Hal ini berarti hipotesis diterima yaitu Keandalan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.

3). Pengujian pengaruh Tanggapan (X_3) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan perhitungan SPSS, diperoleh angka t_{hitung} Tanggapan sebesar 1.588 > dari t_{tabel} 1,66980 dan nilai signifikan sebesar 0,559 < 0,05. Hal ini berarti hipotesis diterima yaitu

Tanggapan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.

4). Pengujian pengaruh jaminan (X_4) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan perhitungan SPSS, diperoleh angka t_{hitung} Jaminan sebesar $1,949 >$ dari t_{tabel} $1,66980$ dan nilai signifikan sebesar $0,056 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis diterima yaitu Jaminan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.

5). Pengujian Pengaruh Empati (X_5) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan perhitungan SPSS, diperoleh angka t_{hitung} Empati sebesar $1,691 >$ dari t_{tabel} $1,66980$ dan nilai signifikan sebesar $0,096 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis diterima yaitu Empati secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.

f. Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel secara bersama-sama terhadap *dependent variable* 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 *independent variable* (X), diperoleh $68 - 6 = 62$ dan didapat nilai F_{tabel} sebesar $3,15$. 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	277.558	5	55.512	22.016	.000 ^b
	Residual	156.325	62	2.521		
	Total	433.882	67			

a. Dependent Variable: Y

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

(Sumber : Data di olah 2019)

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) yang dapat dilihat dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai $F = 22.016$ Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel berwujud, keandalan, tanggapan, jaminan dan empati bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

g. Koefisien Determinan R^2

Koefisien determinasi berganda (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi dari keseluruhan variabel Bebas (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) dan pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y). Dari hasil data yang diolah dengan SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) 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	.800 ^a	.640	.611	1.588

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

b. Dependent Variable: Y

(Sumber: Data di olah 2019)

Berdasarkan hasil dari uji determinasi R^2 yang dapat dilihat pada tabel diatas dapat diketahui bahwa besarnya angka R^2 adalah 0,611 yang berarti variabel berwujud, keandalan, tanggapan, jaminan, dan empati menjelaskan bahwa pengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 61% sedangkan sisanya yaitu 39% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Berwujud Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel Berwujud (X_1) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($4,151 > 1,66980$) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Berwujud secara parsial

berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan kata lain, hipotesis (H_{a1}) diterima.

Berwujud dan kepuasan nasabah memiliki hubungan positif, yaitu semakin baik berwujud maka semakin baik pula nilai kepuasan nasabah di PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Januar Efendi Panjaitan melakukan penelitian ini dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Cabang Bandung. Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan pada JNE cabang Bandung termasuk dalam kategori baik. Ini artinya kualitas pelayanan JNE mendapatkan penilaian positif dan kesan yang baik di hati pelanggan. Kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman JNE masuk dalam kategori sangat baik. Dengan tingkat kepuasan yang tinggi hal ini menunjukkan bahwa pelanggan akan selalu setia menggunakan jasa pengiriman JNE. Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel jaminan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel Keandalan (X_2) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($1,774 > 1,66980$) 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 kehandalan tidak hanya di lihat dari nominalnya saja tapi tergantung dari persepsi nasabah terhadap setiap kemampuan yang diberikan oleh karyawan PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.

Menurut Parasuraman dalam Fandy Tjiptono berwujud (*tangible*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Maka dari itu, berwujud (*tangible*) yang berada di PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang 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 PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.

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} ($1,588 > 1,66980$) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Ketanggapan (*responsiveness*) 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 (*responsiveness*) maka semakin baik pula nilai kepuasan nasabah di PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Novianto berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Asuransi Central Asia (ACA) Cabang Di Pontianak yang menyatakan bahwa berwujud, 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 (*responsiveness*) yang berada di PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan, telah memberikan tingkat harapan dan kepuasan terhadap nasabah. Hal ini dapat dilihat dari karyawan yang selalu sigap dalam melayani nasabah dan karyawan selalu menghadirkan rasa nyaman nasabah yang datang ke PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.

4. Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel Jaminan (X_4) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($1,949 > 1,66980$) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Jaminan (*assurance*) 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 (*assurance*) maka semakin baik pula nilai kepuasan nasabah di PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Novianto berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Asuransi Central Asia (ACA) Cabang Di Pontianak yang menyatakan bahwa berwujud, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Menurut Parasuraman dalam Fandy Tjiptono jaminan (*assurance*) 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 (*assurance*) yang berada di PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan, telah memberikan tingkat harapan dan kepuasan terhadap nasabah. Hal ini dapat dilihat dari karyawan yang selalu perhatian terhadap nasabah dan karyawan selalu memberikan pelayanan yang sigap terhadap nasabah yang datang ke PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.

5. Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel Jaminan (X_5) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($1,691 > 1,66980$) 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 PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian penelitian Novianto berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Asuransi Central Asia (ACA) Cabang Di Pontianak yang menyatakan bahwa berwujud, keandalan, 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 Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan telah memberikan tingkat harapan dan kepuasan terhadap nasabah. Hal ini dapat dilihat dari karyawan yang selalu berkomunikasi secara sopan kepada nasabah yang ke PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.

6. Pengaruh Berwujud, Keandalan, Tanggapan, Jaminan, dan Empati terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh berwujud, keandalan, tanggapan, jaminan dan empati terhadap kepuasan nasabah pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik F hitung sebesar 22,016 Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan dengan menggunakan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel berwujud, keandalan, tanggapan, 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 R²* sebesar 0,611, artinya persentase sumbangan pengaruh variabel berwujud, keandalan, tanggapan, jaminan, dan empati terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 61%, sedangkan sisanya 39% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh variabel Berwujud (X_1), Keandalan (X_2), Tanggapan (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya, berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) variabel Berwujud (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Tanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*), berpengaruh signifikan terhadap nilai kepuasan nasabah asuransi kerugian pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan dikarenakan hasil nilai perbandingan seluruh variabel menunjukkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$.
2. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) variabel Berwujud (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Tanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Emphaty*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah asuransi kerugian pada PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan dikarenakan hasil nilai perbandingan seluruh variabel menunjukkan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$.
3. Faktor-faktor kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah asuransi kerugian PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan adalah (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Tanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*) setelah dilakukan uji secara parsial dan simultan dengan menunjukkan hasil bahwa faktor tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah.

B. Saran

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

1. Bagi karyawan PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan pelayanan yang diberikan cukup baik. Namun, perlu di tingkatkan lagi kualitas Karyawan yang baik dan di dukung oleh pelayanan yang tinggi karena kemampuan karyawan yang dimiliki sangat menentukan citra yang baik bagi perusahaan agar tetap merasa puas dalam menggunakan jasanya. Dan perusahaan berkewajiban untuk lebih sering-sering mempublikasikan informasi mengenai PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan, agar nasabah semakin tinggi tingkat kepercayaan nya terhadap PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.
2. Bagi Nasabah hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan pada pengetahuan nasabah mengenai Asuransi, dan menambah wawasan masyarakat sebagai bacaan ilmiah.
3. Bagi peneliti berikutnya melihat masih banyaknya kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini sekiranya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Selain itu agar menambah jumlah responden sehingga mendapatkan hasil yang lebih baik

DAFTAR PUSTAKA

- Ekadhesti, Angga. *Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah*, Diakses pada tanggal 26 Februari 2019
- Eko, *Fungsi Asuransi*, <http://www.fungsiklopedia.com>. Diakses pada tanggal 26 Februari 2019
- Fransiska, Okta Ratni. *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan pada PT Bank Perkreditan Rakyat Centradana Kapuas di Pontianak*, <http://journal.widyadharma.ac.id/>. Diakses pada tanggal 20 Agustus 2019.
- Gafur, Muhammad Hamdan Abdul. *Pengakuan Pendapatan dan Beban Klaim Sesuai PSAK No. 28 pada PT Asuransi Adira Dinamika Regional Operation IV Medan*, <https://www.repository.usu.ac.id/>. Diakses pada tanggal 26 Februari 2019
- Indah, Rini. *Jenis Asuransi Kerugian*, <https://dosenekonomi.com>, diakses pada tanggal 26 Februari 2019
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Jilid Indeks, 2009.
- Mazaya, Mimalia, et al. *Pengaruh Gaya Komunikasi dan Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Nasabah PT Bank BNI Syariah Cabang Semarang*, <https://ejournal.undip.ac.id>. Diakses pada tanggal 20 Agustus 2019
- Nasution, Ery. *Fungsi dan Tujuan Asuransi*, www.asuransibinagriya.blogspot.com
Diakses pada tanggal 26 Februari 2019
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi. *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Medan : Febi Uinsu Press, 2016
- Ratminto and Atik. *Manajemen Pelayanan : Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizens Charter dan Standar Pelayanan*, Surakarta : Pustaka Pelajar, 2010.
- Sugeng, *Pengertian, jenis dan Manfaat Asuransi Kerugian*, <http://jenisasuransiterbaik.blogspot.com>. Diakses pada tanggal 26 Februari 2019
- Sugeng, *Pengertian Definisi Kualitas Pelayanan*, <http://skripsi-manajemen.blogspot.com>. Diakses pada tanggal 26 Februari 2019

Sugianti, Iis. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah yang Mengajukan Klaim pada PT Prudential Life Assurance Cilegon*, <https://www.repository.uinjkt.ac.id/>. Diakses pada tanggal 14 Februari 2019

Sula, Muhammad S. *Asuransi Syariah : Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta : Gema Insani, 2004.

Syahbana, Donny. *Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Susu Warga Mulya Purwobinangun Pakem Sleman*, <https://eprints.uny.ac.id/>. Diakses pada tanggal 20 Agustus 2019.

Tjiptono, Fandi. *Pemasaran Jasa*, Malang : Bayumedia Publishing, 2007.

Tjiptono, Fandi. *Pemasaran Jasa*, Malang : Bayumedia Publishing, 2009.

Wardhana, Aditya. *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia*, <http://id.portalgaruda.org/>. Diakses pada tanggal 20 Agustus 2019.

CURRICULUM VITAE

Nama : Amanta Barqah H Hrp
NIM : 55153008
Tempat/ Tanggal Lahir : Medan / 13 Maret 1998
Umur : 21 Tahun
IPK : 3,61
Jenis Kelamin : Laki-laki
Fakultas/Jurusan/Semester : FEBI/ASR/IX
Alamat : Jalan Karya Setuju
No.HP : 0813-1940-8274
Alamat Email : amantabarqah13@gmail.com

Latar Belakang Pendidikan

- SD/MI : MIN Medan Barat
- SMP/MTS : MTS Karya Utama Medan
- SMA/MA : MAS Miftahussalam Medan

Nama Orang Tua

- AYAH : Usman Effendi Harahap
- IBU : Limarwita

Nama Dosen Pembimbing

- Pembimbing I : Dr. Muhammad Arif, M.A
- Pembimbing II : Fauzi Arif Lubis, M.A

Riwayat Organisasi

- Anggota HMI Komisariat FEBI-UINSU.
- Wakil Ketua HMJ ASURANSI SYARIAH Persiapan
- Mandataris Kelompok Studi Asuransi

KUISIONER PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH ASURANSI KERUGIAN DI PT ASURANSI ASEI INDONESIA
PERSERO CABANG MEDAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr(i) Nasabah PT. Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan

Saya adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang sedang melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.

Sehubungan dengan hal tersebut saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr (i) dapat membantu saya untuk mengisi kuesioner di bawah ini. Semua pernyataan atau pertanyaan berkaitan dengan sikap Bapak/Ibu/Sdr (i) terhadap kepuasan selama menjadi nasabah. Jawaban yang diberikan benar-benar hanya untuk kepentingan penelitian dan kerahasiaan identitas akan saya jamin sepenuhnya.

Atas partisipasi Bapak/Ibu/Sdr (i) mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih

Medan, Agustus
2019

Hormat saya,

Amanta Barqah H.
Hrp

BAGIAN A

Kuesioner untuk nasabah PT. Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan
Rahasia pribadi anda akan terjamin

1. No. Responden :

2. Nama Responden :

3. Usia :

4. Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

BAGIAN B

Berikut ini penilaian anda mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan
nasabah.

Mohon anda memberi tanda ceklis (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan
penilaian anda dalam menilai setiap pertanyaan.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

BAGIAN C

Tanggapan anda terhadap pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT Asuransi Asei Indonesia Persero Cabang Medan.

1. *Tangible* (Berwujud)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		S	S	KS	TS	STS
	memiliki ruang kantor yang bersih dan nyaman					
	memiliki perlengkapan sarana dan ruang pelayanan					
	mampulan karyawan yang bersih dan rapi					
	tersedianya ruang tunggu yang bersih dan nyaman					
	tersedianya pulpen dan form pengajuan					
	tersedianya tempat parkir yang aman					

2. *Reliability* (Keandalan)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		S	S	KS	TS	STS
	mengetahuan teknik karyawan terhadap asuransi kerugian					
	kecepatan dan ketepatan dalam melayani nasabah dari awal hingga akhir					
	mampulan yang baik dalam menangani pengajuan klaim					
	proses dan prosedur penyelesaian klaim dilakukan dengan baik					
	ketepatan dalam memberikan dan menyampaikan informasi yang akurat					
	kecepatan dalam menerbitkan polis					

3. Responsiveness (Tanggapan)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		S	S	KS	TS	STS
	mampuan cepat dan tanggap dalam menangani kebutuhan nasabah					
	kecepatan dalam pembayaran klaim					
	kompetensi karyawan asuransi yang baik terhadap keluhan nasabah					
	mampuan karyawan menjelaskan kondisi polis					
	fleksibilitas waktu layanan/jam kerja					
	mudah dihubungi melalui telepon					

4. Assurance (Jaminan)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		S	S	KS	TS	STS
	merasa nyaman dalam berasuransi					
	ketelitian karyawan saat melayani nasabah					
	perlindungan kerahasiaan pribadi nasabah					
	tarif premi yang bersaing					
	memberikan pelayanan yang berkualitas					
	merasa nyaman lingkungan pelayanan yang nyaman					

5. Emphaty (Empati)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		S	S	KS	TS	STS
	kecakupan dan perilaku karyawan terhadap nasabah					
	sopan karyawan terhadap nasabah					
	etika sapa dan tutur kata karyawan					
	kemampuan karyawan dalam berkomunikasi melalui telepon					
	mampu karyawan dalam mendengarkan keluhan nasabah					
	ramah dalam melayani nasabah					

6. Kepuasan Nasabah

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
	Merasa puas dengan sarana dan prasarana yang disediakan					
	Merasa puas dengan kualitas layanan yang yang diberikan oleh karyawan terhadap nasabah					
	Merasa puas dengan ketanggapan karyawan dalam melayani nasabah					
	Merasa puas dengan kecepatan pengajuan klaim					
	Merasa puas dengan etika karyawan dalam berkomunikasi dengan nasabah					
	tersediaan nasabah untuk merekomendasi kepada orang lain					

HASIL UJI DETERMINASI R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 ^a	.640	.611	1.588

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

b. Dependent Variable: Y

HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

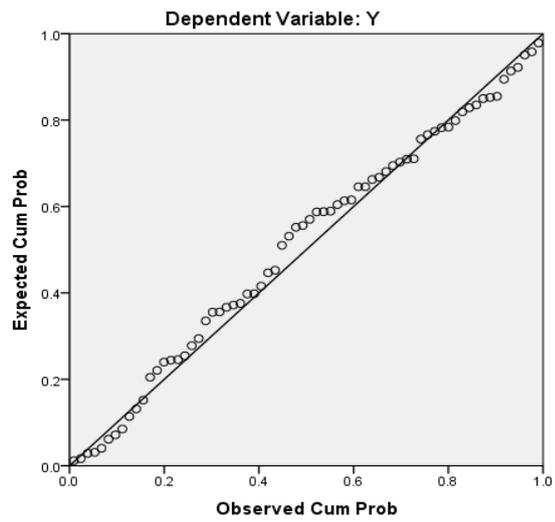
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.174	2.279		.954	.344		
	X1	.428	.103	.408	4.151	.000	.601	1.664
	X2	.080	.104	.096	1.774	.442	.378	2.648
	X3	.054	.092	.056	1.588	.559	.643	1.554
	X4	.172	.088	.201	1.949	.056	.549	1.823
	X5	.183	.108	.213	1.691	.096	.367	2.728

a. Dependent Variable: Y

HASIL UJI NORMALITAS

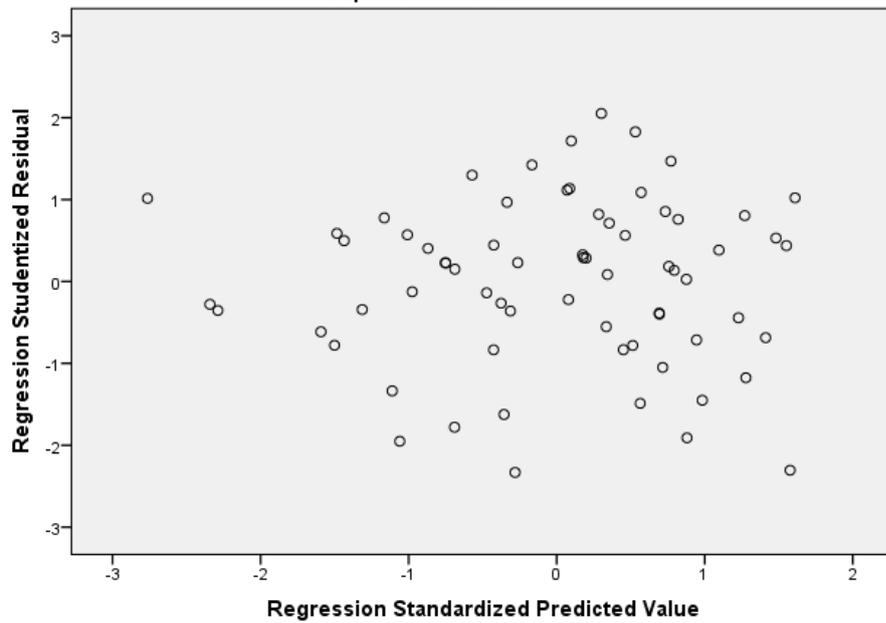
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



HASIL UJI HETEROKEDATISITAS

Scatterplot

Dependent Variable: Y



HASIL UJI ONE SAMPLE KOLMOGOROV-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		68
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	24.1764706
	Std. Deviation	2.03535074
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.054
	Negative	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		.837
Asymp. Sig. (2-tailed)		.485

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

HASIL UJI VALIDITAS BERWUJUD (X1)

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
Pearson Correlation	1	.102	.078	.317**	.132	.075	.390**
Sig. (2-tailed)		.407	.527	.008	.285	.546	.001
N	68	68	68	68	68	68	68
Pearson Correlation	.102	1	.433**	.133	-.009	.321**	.648**
Sig. (2-tailed)	.407		.000	.279	.941	.008	.000
N	68	68	68	68	68	68	68
Pearson Correlation	.078	.433**	1	.142	.171	.221	.633**
Sig. (2-tailed)	.527	.000		.247	.163	.070	.000
N	68	68	68	68	68	68	68
Pearson Correlation	.317**	.133	.142	1	.045	-.095	.342**
Sig. (2-tailed)	.008	.279	.247		.716	.442	.004

N	68	68	68	68	68	68	68
Pearson Correlation	.132	-.009	.171	.045	1	.397**	.596**
Sig. (2-tailed)	.285	.941	.163	.716		.001	.000
N	68	68	68	68	68	68	68
Pearson Correlation	.075	.321**	.221	-.095	.397**	1	.633**
Sig. (2-tailed)	.546	.008	.070	.442	.001		.000
N	68	68	68	68	68	68	68
Pearson Correlation	.390**	.648**	.633**	.342**	.596**	.633**	1
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.004	.000	.000	
N	68	68	68	68	68	68	68

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL UJI VALIDITAS KEANDALAN (X2)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
P1	Pearson Correlation	1	.156	.266*	.351**	.365**	.041	.626**
	Sig. (2-tailed)		.204	.029	.003	.002	.743	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68
P2	Pearson Correlation	.156	1	.308*	.100	.147	.353**	.571**
	Sig. (2-tailed)	.204		.011	.418	.232	.003	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68
P3	Pearson Correlation	.266*	.308*	1	.457**	.034	.002	.636**
	Sig. (2-tailed)	.029	.011		.000	.782	.988	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68
P4	Pearson Correlation	.351**	.100	.457**	1	.242*	-.006	.639**
	Sig. (2-tailed)	.003	.418	.000		.047	.963	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68

P5	Pearson	.365**	.147	.034	.242*	1	.176	.605**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.002	.232	.782	.047		.152	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68
P6	Pearson	.041	.353**	.002	-.006	.176	1	.358**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.743	.003	.988	.963	.152		.003
	N	68	68	68	68	68	68	68
Total	Pearson	.626**	.571**	.636**	.639**	.605**	.358**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.003	
	N	68	68	68	68	68	68	68

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL UJI VALIDITAS JAMINAN (X3)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
P1	Pearson	1	.302*	.132	.344**	.133	-.028	.492**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.012	.282	.004	.281	.823	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68
P2	Pearson	.302*	1	.401**	.197	-.035	.087	.615**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.012		.001	.107	.778	.482	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68
P3	Pearson	.132	.401**	1	.076	.282*	.253*	.684**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.282	.001		.537	.020	.037	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68
P4	Pearson	.344**	.197	.076	1	-.054	-.066	.313**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.004	.107	.537		.664	.593	.009
	N	68	68	68	68	68	68	68

P5	Pearson Correlation	.133	-.035	.282*	-.054	1	.341**	.601**
	Sig. (2-tailed)	.281	.778	.020	.664		.004	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68
P6	Pearson Correlation	-.028	.087	.253*	-.066	.341**	1	.512**
	Sig. (2-tailed)	.823	.482	.037	.593	.004		.000
	N	68	68	68	68	68	68	68
Total	Pearson Correlation	.492**	.615**	.684**	.313**	.601**	.512**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.009	.000	.000	
	N	68	68	68	68	68	68	68

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL UJI VALIDITAS JAMINAN (X4)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
P1	Pearson Correlation	1	.035	.083	.130	.070	.194	.403**
	Sig. (2-tailed)		.774	.500	.290	.569	.112	.001
	N	68	68	68	68	68	68	68
P2	Pearson Correlation	.035	1	.131	.134	.060	.411**	.625**
	Sig. (2-tailed)	.774		.286	.276	.628	.000	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68
P3	Pearson Correlation	.083	.131	1	.315**	.297*	-.027	.556**
	Sig. (2-tailed)	.500	.286		.009	.014	.829	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68
P4	Pearson Correlation	.130	.134	.315**	1	.205	.086	.567**
	Sig. (2-tailed)	.290	.276	.009		.093	.488	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68

P5	Pearson Correlation	.070	.060	.297 [*]	.205	1	.076	.401 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.569	.628	.014	.093		.537	.001
	N	68	68	68	68	68	68	68
P6	Pearson Correlation	.194	.411 ^{**}	-.027	.086	.076	1	.617 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.112	.000	.829	.488	.537		.000
	N	68	68	68	68	68	68	68
Total	Pearson Correlation	.403 ^{**}	.625 ^{**}	.556 ^{**}	.567 ^{**}	.401 ^{**}	.617 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	68	68	68	68	68	68	68

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

HASIL UJI VALIDITAS EMPATI (X5)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
P1	Pearson Correlation	1	.247 [*]	.015	.488 ^{**}	.052	.075	.418 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.042	.906	.000	.676	.544	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68
P2	Pearson Correlation	.247 [*]	1	.158	.095	-.023	.317 ^{**}	.576 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.042		.198	.441	.852	.009	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68
P3	Pearson Correlation	.015	.158	1	.116	.272 [*]	.667 ^{**}	.654 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.906	.198		.345	.025	.000	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68
P4	Pearson Correlation	.488 ^{**}	.095	.116	1	.140	.069	.426 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.441	.345		.256	.576	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68

	Sig. (2-tailed)	.188	.597	.165	.984		.006	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68
P6	Pearson Correlation	.075	.321**	.209	-.055	.328**	1	.618**
	Sig. (2-tailed)	.546	.008	.088	.657	.006		.000
	N	68	68	68	68	68	68	68
Total	Pearson Correlation	.391**	.643**	.615**	.354**	.561**	.618**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.003	.000	.000	
	N	68	68	68	68	68	68	68

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL UJI RELIABILITY BERWUJUD (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.534	6

HASIL UJI RELIABILITY KEANDALAN (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.597	6

HASIL UJI RELIABILITY JAMINAN (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.517	6

HASIL UJI RELIABILITY JAMINAN (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items

.496	6
------	---

HASIL UJI RELIABILITY EMPATI (X5)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.591	6

HASIL UJI RELIABILITY KEPUASAN (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.501	6

Medan, 05 Agustus 2019

Nomor : 06/ 112 /VI/MDN/Asei
Lampiran : ---
Perihal : Konfirmasi Persetujuan
Riset

Kepada Yth,
Dekan / Wakil Dekan Bid. Akademik
Fak. Ekonomi UIN Medan
Jl. Wiliem Iskandar Pasar V
Medan Estate 20371
Medan – Sumatera Utara

Up. Bpk Dr Muhammad Yafiz, M.Ag

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat dari Kampus Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No. B-1052/EB.III/PP.00.9/013/2019 tanggal 26 Maret 2019 perihal Mohon untuk Riset, bahwasanya kami selaku pihak Perusahaan PT. Asuransi Asei Indonesia KC Medan menyampaikan persetujuan terhadap Mahasiswa sebagai berikut :

No	Nama	NIM	Sem/Jurusan
1	Amanta Barqah H. Harahap	55153008	VIII/Asuransi Syariah

Demikian kami sampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Hormat kami
PT Asuransi Asei Indonesia
Kantor Cabang Medan

asuransi  **Asei**
Kantor Cabang M 

Rachmad Surtani Muda
Medan Branch Manager

Tembusan :
- Divisi SDM & Umum
- Peringgal.

PT. Asuransi Asei Indonesia
Kantor Cabang Medan

Jl. Sei Serayu No.117
Kel. Tanjung Rejo, Kec. Medan Sunggal
Medan 20122

t. +62 61 8880 2340
f. +62 61 8880 2341
e. asej-mdn@asei.co.id
w. www.asei.co.id