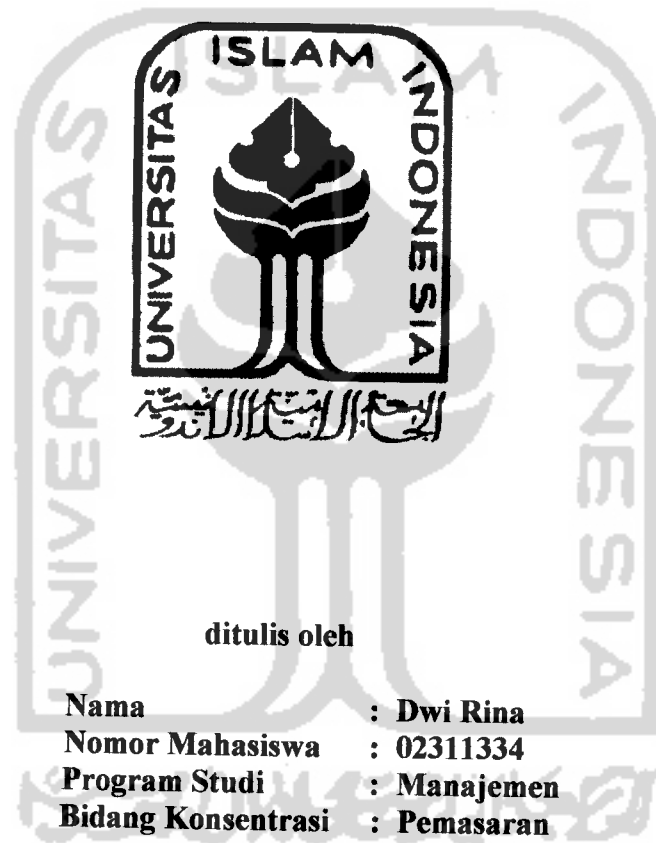


**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH
TERHADAP KINERJA PELAYANAN
DI PT. ASURANSI JIWasRAYA
CABANG CIKINI JAKARTA**

SKRIPSI



ditulis oleh

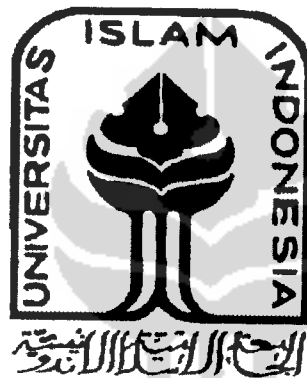
**Nama : Dwi Rina
Nomor Mahasiswa : 02311334
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2006**

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH
TERHADAP KINERJA PELAYANAN
DI PT. ASURANSI JIWASRAYA
CABANG CIKINI JAKARTA**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



oleh

Nama : Dwi Rina
Nomor Mahasiswa : 02311334
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2006**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 24 Mei 2006

Penulis,

Dwi Rina

Halaman Pengesahan

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH
TERHADAP KINERJA PELAYANAN
DI PT. ASURANSI JIWasRAYA
CABANG CIKINI JAKARTA**

Nama : Dwi Rina
Nomor Mahasiswa : 02311334
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, Mei 2006
Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,



Drs. Suwarsono Muhammad, MA

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**Analisis Tingkat Kepuasan Masabah Terhadap Kinerja Pelayanan Di
PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini Jakarta**

Disusun Oleh: DWI RINA PRASETYANINGRUM
Nomor mahasiswa: 02311334

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS
Pada tanggal : 15 Juni 2006

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Suwarsono, MA

Penguji : Drs. Yazid, MM



Mengstahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Drs. Asma' Ishak, M.Bus, Ph.D

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kinerja PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini Jakarta, sehingga nasabah PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini merasa puas. Dan bagaimana cara PT.Asuransi Jiwasraya untuk meningkatkan kinerja perusahaan agar nasabah terpuaskan. Untuk itu perlu dilakukan “Importance-Performance Analysis”.

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder dan untuk pengumpulan data tersebut digunakan survey dengan metode angket, kepustakaan, dan dokumentasi. Instrumen pengumpulan data adalah kuesioner dan skala likert yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan dengan cara mengolah data yang ada dengan menggunakan metode ataupun rumus yang sesuai. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua metode analisis data yaitu metode analisis kualitatif dan metode analisis kuantitatif yaitu analisis IPA (Importance-Performance Analysis).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nasabah PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini, kurang merasa puas terhadap kinerja PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini. Karena tingkat kesesuaian antara kinerja dengan kepentingan nasabah kurang dari 100%. Berdasarkan analisis IPA dengan menggunakan diagram kartesius dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut: (a) Pada kuadran prioritas utama yang harus menjadi pijakan pihak manajemen PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini agar dapat mempertahankan dan meningkatkan nasabahnya, meliputi faktor-faktor antara lain: (1)keandalan perusahaan dalam penyampaian jasanya,(2)kejelasan informasi penyampaian jasa,(3) kesabaran petugas; (b) Pada kuadran pertahankan prestasi ada beberapa faktor yang mendapatkan perhatian antara lain:(1)kepedulian perusahaan terhadap masalah nasabah,(2)kesesuaian pelaksanaan pelayanan dengan jadwal yang disusun,(3)petugas memberikan layanan yang cepat,(4)dukungan perusahaan pada karyawan; (c) Pada kuadran prioritas rendah,terdapat factor yang mendapatkan perhatian antara lain:(1)ketepatan waktu pelayanan,(2)pemahaman kebutuhan nasabah; (d) Pada kuadran berlebihan menunjukkan bahwa faktor atribut pelayanan tersebut akan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah terhadap kinerja pelayanan, antara lain faktor:(1)kompetensi/kemampuan karyawan,(2)keselarasan fasilitas fisik.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Alhamdulillah, segala puji dan syukur dapat penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang dengan limpahan rahmat dan karunianya sehingga membuat penulis akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kinerja Pelayanan Di PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini Jakarta.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Selesainya penyusunan skripsi ini amat disadari tidak terlepas dari bantuan dan jasa dari banyak pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung, baik berupa dorongan, semangat, serta saran dan kritik, untuk penulis dengan tulus dan ikhlas ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs.Asmai Ishak, M.Bus.,Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Drs.Suwarsono Muhammad, MA., selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga dapat terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
3. De Yong Adrian, S.Sos., selaku pimpinan/ Regional Manager PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini Jakarta yang telah berkenaan memberikan izin dan seluruh karyawan yang telah memberikan data-data yang penulis butuhkan.
4. Seluruh Dosen, Staf dan Karyawan UII yang telah memberikan bantuan kepada penulis, khususnya bagian perpustakaan.
5. Ayah, mama, kakak dan adik yang telah memberikan doa, dorongan dan bimbingan dengan penuh kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Rozi, Tien, Tyas, Rika, Ika dan temen-temen kos. Terima kasih atas dorongan dan semangatnya!!.

Mengingat akan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan penulis kepada siapa pun yang membaca ini kelak, anggaphlah ini dan sehingga ada sedikit tambahan ide untuk dikembangkan menjadi lebih baik.

Akhir kata penulis haturkan maaf kepada semua pihak yang telah membantu dan merasa direpotkan selama ini, serta tak segan-segan memberikan bantuan moril dan material, tetapi tidak dapat disebutkan satu-persatu disini. Sekalai lagi, terima kasih untuk semuanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 24 Mei 2006

Dwi Rina



DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan Skripsi.....	i
Halaman Judul Skripsi.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Abstrak.....	vii
Motto.....	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Batasan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori.....	10
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	10
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.2.3. Konsep Pemasaran.....	11
2.2.4. Pengertian Jasa.....	13
2.2.5. Karakteristik Jasa.....	14
2.2.6. Bauran Pemasaran Jasa.....	14

2.2.7. Dimensi Kualitas Jasa.....	16
2.2.8. Perilaku Konsumen.....	18
2.2.9. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen.....	18
2.2.10. Asuransi.....	21
2.2.11. Konsep Kepuasan Nasabah.....	24
2.3. Kerangka Teoritis.....	28
2.4. Hipotesis.....	30

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian.....	31
3.2. Variabel Penelitian.....	31
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	31
3.4. Tehnik Pengumpulan Data.....	33
3.5. Populasi Dan Sampel.....	34
3.6. Instrumen Pengumpulan Data.....	36
3.7. Validitas Dan Reliabilitas.....	37
3.8. Metode Analisis Data.....	43

BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

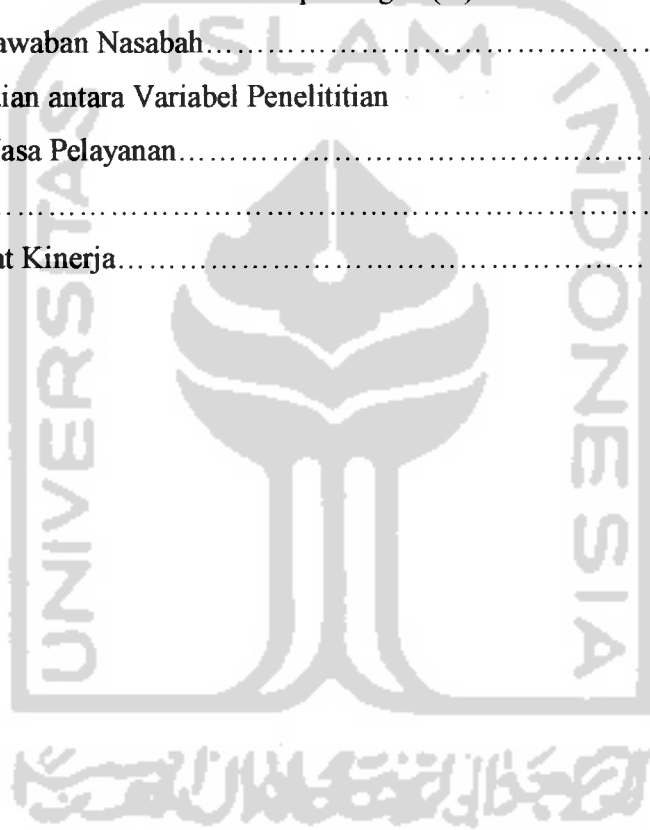
4.1. Gambaran Singkat PT. Asuransi Jiwasraya.....	49
4.1.1. Sejarah Singkat PT. Asuransi Jiwasraya.....	49
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	50
4.1.3. Bidang Usaha.....	51
4.1.4. Perkembangan Usaha.....	52
4.1.5. Struktur Organisasi.....	54
4.1.6. Teknologi Informasi.....	56
4.1.7. Jaringan Pelayanan.....	56
4.2. Analisis Data.....	56
4.2.1. Analisis Kuantitatif.....	57
4.2.2. Analisis Tingkat Kesesuaian antara Variabel Kinerja(X) dengan Variabel Kepentingan (Y).....	86

4.2.3. Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja.....	91
1) Skor Rata-Rata Kinerja dan Rata-Rata Kepentingan masing-masing atribut pelayanan.....	91
2) Analisis dengan Diagram Kartesius.....	99
3) Analisis Baik Buruknya Kinerja atas Dasar Hasil Jawaban Nasabah.....	105
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	108
5.2. Saran.....	113
Daftar Pustaka.....	116
Lampiran.....	118



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1. Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja (X).....	40
3.2. Rangkuman Uji Validitas Variabel Kepentingan (Y).....	41
3.3. Rangkuman Uji Reliabilitas Variabel Kinerja (X).....	42
3.4. Rangkuman Uji Reliabilitas Variabel Kepentingan (Y).....	43
4.1. Hasil Jawaban-jawaban Nasabah.....	58
4.2. Tingkat Kesesuaian antara Variabel Penelitian dengan Atribut Jasa Pelayanan.....	87
4.3. Analisis IPA.....	98
4.4. Penilaian Tingkat Kinerja.....	106



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Lima Kriteria Penentu Kualitas Pelayanan.....	28
2.2. Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan.....	29
3.1. Diagram Kartesius.....	47
4.1. Struktur Organisasi.....	55
4.2. Diagram Kartesius IPA (Importance-Performance Analisis).....	100



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan masyarakat, taraf hidup, penghasilan dan teknologi telah menyebabkan masyarakat semakin kritis dalam pemilihan barang dan jasa yang ditawarkan. Untuk itu dapat menimbulkan berbagai persaingan antar perusahaan, baik perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa. Mereka mulai mengubah strategi pemasaran yang dulu hanya berorientasi pada produk, sekarang berorientasi juga pada konsumen. Saat ini selain produk yang diandalkan, kepuasan konsumen juga menjadi titik tolak segala aktifitas perusahaan. Dimana kedua hal tersebut sesuai dengan konsep pemasaran. Selain itu konsep pemasaran menyatakan kunci untuk mencapai sasaran organisasi tergantung pada dua pemenuhan yaitu, keinginan pasar sasaran dan pemberian kepuasan yang diinginkan secara efektif dan lebih efisien dari yang dilakukan para pesaing.

Kepuasan pada hakekatnya merupakan suatu kondisi perasaan senang seseorang ataupun kekecewaan seseorang, kepuasan disini merupakan perbandingan antara kesan terhadap hasil ataupun kinerja suatu pelayanan dan kepentingan-kepentingan yang diinginkan oleh konsumen. Dengan demikian kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan kepentingan atau harapan.

Sedangkan kualitas pelayanan yang dimiliki perusahaan merupakan evaluasi secara kognitif terhadap pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan.

Berbagai cara dapat dilakukan untuk mendapatkan kepuasan antara lain, produk yang ditawarkan perusahaan adalah terbaik dari yang baik dan kinerja pelayanan yang diberikan juga paling baik. Jadi agar produk tersebut merupakan terbaik dari yang baik harus dijaga standar kualitas secara terus menerus, bahkan sedapat mungkin untuk lebih ditingkatkan. Selain itu dapat pula dilakukan dengan membangun image bahwa produk yang ditawarkan oleh perusahaan memberikan manfaat dan keuntungan yang besar bagi para nasabahnya. Tidak lupa juga untuk mengetahui keluhan para nasabahnya secepat mungkin, sehingga perusahaan cepat dalam memberikan jalan keluar terhadap keluhan tersebut. Dengan demikian agar produk yang ditawarkan dapat dipilih dan menimbulkan kepuasan, maka perlu dijaga kualitas pelayanannya.

Sebagai perusahaan yang mampu memuaskan para nasabahnya, hal tersebut merupakan tanda bahwa perusahaan itu memiliki prospek yang cerah. Tidak lupa juga bahwa tingkat kualitas itu sangat erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Karena kualitas memberikan suatu dorongan pada para pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Karena kualitas produk dan kinerja pelayanan itu dikehendaki dan juga ditentukan oleh pelanggan untuk mencapai kepuasannya.

Selain itu pengetahuan tentang kepuasan pelanggan banyak memberikan manfaat sebagai berikut (Teddy Pawitra, 1993, hal.2) :

- a. Sebagai pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi kearah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sumber dari keunggulan daya saing berkelanjutan.
- b. Sebagai alat untuk :
 - Identitas kebutuhan pelanggan dan nasabah yang dihadapi perusahaan dalam suatu kurun waktu.
 - Memperbaiki proses manajemen, produk, dan servis.
 - Memotivasi dan kepemimpinan yakni memberikan energi dan arah kepada usaha dari karyawan.
 - Sebagai barometer tentang tingkat pencapaian kualitas.

Pertumbuhan ekonomi indonesia yang tumbuh sekitar 7% per tahun pada saat sebelum krisis ekonomi telah mendorong berkembangnya berbagai jenis usaha yang pada akhirnya juga mempengaruhi jasa keuangan seperti asuransi yang mengalami perkembangan cukup pesat dan tumbuh diperkirakan sekitar 24% setiap tahunnya.

Agar bisa bersaing di era global perlu diketahui bagaimana sebenarnya kondisi industri asuransi indonesia dan masalah-masalah apa saja yang masih mengganjal sehingga dengan demikian bisa diambil langkah-langkah persiapan yang diperlukan untuk menyongsong globalisasi tersebut.

Salah satu perusahaan asuransi tersebut adalah PT.ASURANSI JIWASRAYA. Dimana PT.ASURANSI JIWASRAYA ini termasuk

perusahaan asuransi yang telah lama berdiri dan masih terus melayani kebutuhan pelayanan jasa khususnya asuransi. Mengingat semakin tingginya kesadaran masyarakat terhadap jaminan masa yang akan datang, maka untuk mencapai tujuannya PT.ASURANSI JIWASRAYA harus dapat bertahan dalam menghadapi persaingan antara perusahaan asuransi yang lain yang ada di Indonesia terutama dalam kinerja pelayanan konsumen dan penyediaan produk yang berkualitas.

Untuk menjadi perusahaan Asuransi yang tangguh, selain penerapan dan pelaksanaan manajemen yang tepat juga dipengaruhi oleh kepercayaan nasabahnya terhadap perusahaan Asuransi tersebut. Kepercayaan terhadap suatu perusahaan asuransi sebagai institusi akan tercermin dari tingkat kepuasan nasabahnya terhadap produk dan berbagai faktor yang mempengaruhi pelaksanaan pelayanan kinerja operasionalnya. Dan perusahaan juga harus mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh para nasabah dan berusaha untuk mewujudkan kinerja dan produk yang sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan para nasabahnya.

Selain itu penelitian terhadap sikap atau kepuasan nasabah terhadap kinerja pelayanan sangat perlu bagi PT.ASURANSI JIWASRAYA dalam membuat strategi pengembangan kinerja pelayanan yang lebih integratif, agar dapat lebih meningkatkan kepuasan pelanggan . Sehingga peneliti memberikan judul skripsi ini adalah “ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP KINERJA PELAYANAN DI PT.ASURANSI JIWASRAYA CABANG CIKINI JAKARTA”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah persepsi nasabah mengenai tingkat kepuasan yang dirasakan terhadap kualitas kinerja pelayanan yang diberikan PT.Asuransi Jiwasraya saat ini?
2. Apakah kualitas kinerja pelayanan yang diberikan di Asuransi JIWasRAYA sudah sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen ?
3. Bagaimanakah strategi kebijakan pelayanan yang akan datang, yang sebaiknya dilakukan agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah ?

1.3. Batasan Masalah

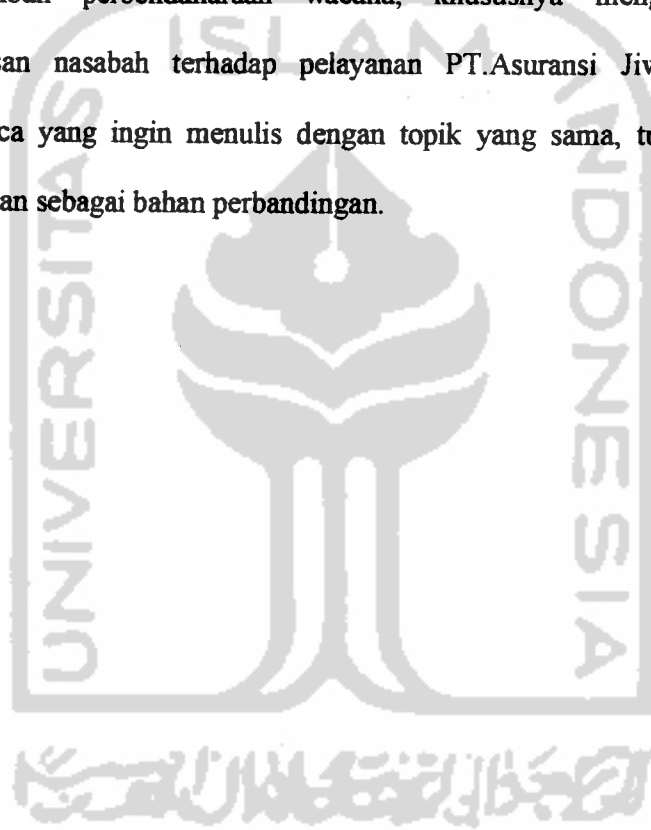
1. Nasabah dalam penelitian ini adalah nasabah Asuransi Jiwasraya indonesia cabang Cikini Jakarta pusat yang sedang memanfaatkan jasa pelayanan Asuransi.
2. Asuransi yang menjadi obyek penelitian ini adalah PT.ASURANSI JIWasRAYA cabang cikini Jakarta Pusat.
3. Variabel penelitian yang akan menjadi tolok ukur penelitian ini ada lima dimensi kualitas layanan, terdiri dari :
 - a. *Reliability*, berkaitan dengan kemampuan, ketrampilan karyawan yang dapat diandalkan.
 - b. *Responsiveness*, berkaitan dengan kemauan karyawan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
 - c. *Assurance*, berkaitan dengan kemampuan karyawan untuk memberikan jaminan pelayanan yang jujur dan dapat dipercaya.

- Bagi Penulis :

Untuk mendapatkan pengalaman didalam mengungkapkan dan menganalisa suatu permasalahan dengan memakai landasan teori ilmiah.

- Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini bisa digunakan untuk menambah wawasan dan menambah perbendaharaan wacana, khususnya mengenai tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya. Bagi pembaca yang ingin menulis dengan topik yang sama, tulisan ini bisa dijadikan sebagai bahan perbandingan.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu

Mengenai penelitian tentang kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan perusahaan jasa telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Diantaranya beberapa peneliti tersebut dapat dijadikan bahan pustaka bagi penulis adalah :

- a. Adinata Triana Putra (2004) dengan judul analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa bengkel sentral perdana motor magetan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa bengkel tersebut.

Penelitian tersebut jika dibandingkan dengan penelitian ini terdapat perbedaan pada permasalahan dan subyek penelitian meskipun terdapat kesamaan pada metode penelitian. Jadi dapat dikatakan tidak terjadi pengulangan penelitian tetapi diharapkan penulisan penelitian ini akan lebih berarti dalam memperluas perkembangan ilmu pengetahuan maupun dunia praktisi.

- b. Retno Endah Arum (2004) dengan judul analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT. Telkom cabang klaten. Penelitian ini dilakukan bertujuan sebagai berikut :
 1. Ingin mengetahui seberapa besar kepuasan pelanggan terhadap faktor kualitas pelayanan di PT. Telkom.
 2. Ingin mengetahui faktor apa saja yang paling memuaskan pelanggan .

Penelitian tersebut jika dibandingkan dengan penelitian ini terdapat perbedaan pada subyek penelitian, periode penelitian dan metode penelitian meskipun terdapat kesamaan pada permasalahan. Jadi dapat dikatakan tidak terjadi pengulangan penelitian, tetapi diharapkan penelitian ini akan mempunyai arti dalam memperluas perkembangan ilmu pengetahuan maupun dunia praktisi.

c. Sri Winarso (2003) dengan judul analisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa RSUD Sleman Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan bertujuan sebagai berikut :

1. Ingin mengetahui seberapa besar gap antara harapan dengan kinerja RSUD Sleman Yogyakarta.
2. Ingin mengetahui dimensi apa yang paling mempengaruhi kepuasan pada RSUD Sleman Yogyakarta.

Penelitian tersebut jika dibandingkan dengan penelitian ini terdapat perbedaan pada permasalahan, subyek penelitian serta metodologi penelitian sehingga tidak terjadi pengulangan penelitian. Tetapi diharapkan penulisan ini akan mempunyai arti dalam memperluas perkembangan ilmu pengetahuan maupun dunia praktisi.

Relevansi antara penelitian ini dengan ke tiga penelitian di atas adalah penelitian ini juga mengajukan topik tentang persepsi nasabah namun dalam penelitian ini lebih menitik beratkan pada kepuasan nasabah. Variabel-variabel yang digunakan berbeda dengan tiga penelitian di atas

tetapi ada bagian-bagian yang mirip. Dalam penelitian ini variabelnya meliputi lima dimensi kualitas produk jasa yaitu :

1. Keandalan / *reliability*.
2. Keresponsifan / *responsiveness*.
3. Jaminan / *assurance*.
4. Empati / *emphaty*.
5. Berwujud / *tangible*.

2.2. Landasan teori

2.2.1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran lebih berurusan dengan pelanggan dibandingkan fungsi bisnis lainnya. Memahami, menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen merupakan inti pemikiran dan praktek dari pemasaran modern. Pemasaran yang masuk akal akan menjadi penentu keberhasilan setiap organisasi besar atau kecil, berorientasi yang laba atau nirlaba, domestik atau pun global. Pemasaran (Philip Kotler).

“Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain.”

2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran

Kegiatan Pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan. Sehingga suatu sistem dan kegiatan ini harus dikoordinasikan dan dikelola dengan baik. Manajemen Pemasaran (Philip Kotler).

“Manajemen Pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan.”

Menurut definisi diatas dapat disimpulkan, bahwa manajemen pemasaran meliputi penganalisaan, perencanaan, dan penetapan serta pengawasan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan, menimbulkan pertukaran yang diinginkan, baik menyangkut barang dan jasa. Agar dapat memenuhi kebutuhan psikologis, sosialbudaya. Kegiatan pertukaran tersebut dapat ditimbulkan oleh penjual maupun pembeli yang menguntungkan kedua belah pihak.

2.2.3. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran adalah suatu cara baru yang digunakan untuk mencapai kesuksesan suatu usahanya. Konsep tersebut bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen atau berorientasi pada konsumen. Hal ini secara mendasar jelas berbeda

dengan falsafah bisnis terdahulu yang berorientasi pada produk dan penjualan.

Untuk meningkatkan penjualan yang menguntungkan maka konsep pemasaran mengajarkan bahwa kegiatan pemasaran suatu perusahaan harus dimulai dengan usaha mengenal dan merumuskan keinginan dan kebutuhan dari konsumennya.

Menurut Basu Swastha dan Hani Handoko (1987), ada tiga unsur pokok dari konsep pemasaran yaitu :

1. Orientasi pada konsumen (*Customer Oriented*)

Suatu perusahaan jika ingin memperhatikan konsumen harus melakukan usaha-usaha sebagai berikut :

- Menentukan kebutuhan pokok basic dari pembeli yang akan dilayani dan dipenuhi.
- Menentukan kelompok pembeli yang akan dijadikan sasaran penjualan.
- Menentukan produk dan program pemasarannya.
- Mengadakan penelitian pada konsumen untuk mengukur dan menafsirkan keinginan, serta sikap perilaku mereka.
- Menentukan strategi yang baik.

2. Penyusunan kegiatan pemasaran secara integral (*Integrated Marketing*)

Pengintegrasian kegiatan pemasaran berarti bahwa setiap orang dan setiap bagian dari perusahaan turut aktif bekerja sama dalam suatu

usaha untuk memberikan kepuasan konsumen sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

3. Kepuasan Konsumen (*Customer Satisfaction*)

Kepuasan konsumen ini merupakan faktor yang penting sekali untuk menentukan kelangsungan perusahaan dan memperoleh laba. Konsumen yang merasakan kepuasan atas produk yang dibeli cenderung akan mengulangi pembelian tersebut.

2.2.4. Pengertian Jasa

Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak berupa produk dalam bentuk fisik atau konstruksi. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut. Sehingga jasa menjadi bagian utama dalam pemasaran.

Adapun definisi jasa menurut Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner (1996) :

“Jasa adalah merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.”

2.2.5. Karakteristik Jasa

Menurut Griffin (1996) produk jasa memiliki Karakteristik yang berbeda dengan barang (produk fisik). Karakteristik jasa dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

→ Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli.

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

→ Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dirasakan. Jasa juga tidak dapat dipisahkan karena mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.

3. *Customization*

→ Jasa juga sering kali didesain khusus untuk kebutuhan pelanggan, sebagaimana pada jasa asuransi dan kesehatan.

2.2.6. Bauran Pemasaran Jasa

Sebagai suatu bauran jasa, elemen-elemen jasa tersebut saling mempengaruhi satu sama lain sehingga bila salah satu tidak tepat pengorganisasiannya akan mempengaruhi strategi pemasaran secara keseluruhan. Ada tujuh elemen dalam bauran pemasaran jasa, antara lain yaitu :

1. *Product* (produk)

Produk adalah merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen.

2. *Price* (harga)

Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian value kepada konsumen dan mempengaruhi image produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Harga sangat berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi supply dan marketing channels. Yang paling penting dari harga adalah keputusan dalam harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.

3. *Place* (lokasi)

Place dalam service merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi. Dengan kata lain, place di sini akan menentukan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan di mana lokasi yang strategis.

4. *People* (orang)

People disini berfungsi sebagai service provider yang dapat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Keputusan dalam people ini berhubungan dengan seleksi, training, motivasi dan sumber daya manusia.

5. *Customer Service*

Customer service pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai outcome dari kegiatan distribusi dan logistik, di mana pelayanan diberikan

kepada konsumen untuk mencapai kepuasan. Customer service meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat (time and place utilities) termasuk pelayanan pra-transaksi, saat transaksi dan paska-transaksi. Kegiatan-kegiatan tersebut harus dilakukan sebaik mungkin sehingga konsumen akan memberikan respon yang positif dan menunjukkan loyalitas yang tinggi.

6. Bukti Fisik

Merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen. Bukti fisik ini biasanya meliputi kondisi lingkungan jasa dan peralatan-peralatan yang mendukung aktivitas jasa.

7. *Process* (proses)

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin, di mana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.

2.2.7. Dimensi Kualitas Jasa

Menurut *American Society for Quality Control*, kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan perusahaan jasa dalam memuaskan para pelanggannya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan atau kualitas jasa. Kualitas pelayanan didefinisikan

sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Wyckof, dalam Tjiptono, 2004: 59).

Ada lima dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan (SERQUAL). Kelima dimensi itu adalah :

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

Jasa tidak dapat dilihat, dicium, dan diraba, maka aspek tangible menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai kualitas pelayanan.

2. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan adalah dimensi yang mengukur keandalan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Ada dua aspek dari dimensi ini, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan, dan seberapa jauh suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat atau tidak error.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Responsiveness merupakan dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis. Harapan pelanggan akan kecepatan pelayanan hampir dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu.

4. Jaminan (*Assurance*)

Assurance yaitu dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku front-line staf dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya.

5. Empati (*Empathy*)

Empati merupakan perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.

2.2.8. Perilaku Konsumen

Menurut Kotler (1997, hal. 167) sikap (*attitude*) adalah evaluasi, perasaan emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap obyek atau gagasan.

Perilaku adalah proses memilih, membeli, menggunakan produk guna memenuhi kebutuhan. Perilaku konsumen adalah interaksi dinamis antara pengaruh afeksi, kognisi dan perilaku, dan kejadian di sekitar kita dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka (*American Marketing Association*).

2.2.9. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk (barang/jasa). Secara garis besar yang menjadi faktor utama yang

mempengaruhi pembelian adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor kepribadian dan faktor kejiwaan (Kotler, 1999, hal. 223-235)

1. Faktor Budaya

Faktor budaya yang dapat mempengaruhi pembelian terdiri dari budaya, sub budaya dan kelas sosial. Budaya merupakan penentu keinginan dari perilaku yang mendasar dari tiap manusia. Sub budaya adalah bagian dari budaya sehingga lebih spesifik dalam hal ciri maupun karakteristiknya. Dari sub budaya ini akan lebih terlihat jelas pengaruhnya terhadap perilaku manusia. Sedangkan kelas sosial merupakan pembagian masyarakat berdasarkan nilai-nilai, minat dan perilaku yang sama dan tidak hanya didasarkan pada tingkat pendapatannya saja. Kelas sosial akan berpengaruh pada gaya hidup seseorang.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial juga mempunyai andil yang besar di dalam mempengaruhi perilaku. Termasuk dalam kategori faktor sosial antara lain yaitu :

- Kelompok Acuan

Kelompok acuan merupakan suatu kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung maupun tidak langsung dalam sikap dan perilaku seseorang.

- **Keluarga**

Anggota keluarga merupakan acuan primer yang paling berpengaruh.
 - **Peran dan Status**

Peran dan status merupakan simbol dari kedudukan seseorang sehingga di dalam berperilaku sangat mempertimbangkan peran dan status tersebut untuk menjaga pandangan masyarakat dan lingkungan terhadap yang bersangkutan.
3. **Faktor Pribadi**

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pembeli.
4. **Faktor Psikologis**

Faktor psikologis yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk adalah sebagai berikut :

 - **Motivasi**

Motif (pendorong) adalah sesuatu yang mendorong seseorang untuk berperilaku. Dimana mendorong untuk mengetahui dan memahami/ pengetahuan dan kebutuhan akan kepuasan.
 - **Persepsi**

Merupakan tanggapan tiap individu terhadap suatu produk yang dapat mempengaruhi pandangannya terhadap produk tersebut baik yang negatif maupun positif.

- **Pengetahuan**

Pengetahuan tentang suatu produk akan memberikan masukan informasi tentang produk tersebut bagi konsumen sehingga konsumen dapat memutuskan apakah produk tersebut layak untuk digunakan atau tidak.

- **Keyakinan dan sikap**

Suatu pandangan terhadap produk yang cukup kuat untuk mempengaruhi perilaku penggunaan dan terkait erat dengan masalah emosi, perasaan, evaluasi dan kecenderungan untuk melakukan tindakan yang diyakininya benar dan menguntungkan.

2.2.10. Asuransi

- **Pengertian Asuransi**

Asuransi adalah suatu perjanjian dengan mana seseorang penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tidak tentu (Djoko Prakoso dan I Ketut Mustika, 1991).

- **Tujuan dan Manfaat Asuransi**

Asuransi merupakan lembaga keuangan yang melaluinya dapat dihimpun dana besar, yang dapat digunakan untuk membiayai pembangunan, selain itu asuransi merupakan suatu mekanisme

perlindungan. Untuk itu perusahaan asuransi mempunyai dua peranan (Prawoto,1997), yaitu :

1. Sebagai lembaga proteksi yang menerima transfer resiko dari tertanggung atau nasabahnya.
2. Sebagai lembaga keuangan yang ikut memobilisasi dana dari masyarakat seperti halnya perbankan, dalam bentuk pengumpulan premi asuransi.

Tujuan Asuransi disini adalah memberikan perlindungan atau proteksi atas kerugian keuangan atau *financial loss* yang timbul oleh peristiwa yang tidak diduga sebelumnya atau *fortutious event*. Sehingga dengan membeli polis asuransi seseorang akan dapat memindahkan resiko yang dihadapinya kepada perusahaan asuransi dengan membayar premi.

- **Kepuasan Nasabah Asuransi**

Faktor utama dalam Asuransi adalah dapat mencapai tingkat kepuasan nasabah. Karena jasa tidak berwujud, sehingga nasabah sangat sulit untuk menilai kualitas jasa tersebut. Agar kepuasan nasabah tercapai maka perusahaan jasa harus dapat memfokuskan pada kepuasan nasabah, sehingga nasabah mau dan melakukan pembelian ulang.

Untuk mencapai tingkat kepuasan nasabah, perusahaan asuransi harus dapat :

1. Menyediakan produk-produk yang inovatif dan kompetitif, komitmen jangka panjang di Indonesia serta kekuatan finansial yang menakjubkan.
2. Perusahaan harus memberi kesempatan pada nasabah untuk menyampaikan keluhan dan cepat tanggap terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah.
3. Pelayanan yang cepat dan bersahabat.
4. Perusahaan asuransi harus terus meningkatkan sumber daya manusia yang profesional dengan melakukan program pengembangan yang terencana.
5. Perusahaan harus memberikan jasa pendukung meliputi pemberian informasi dan nasihat, menangani aplikasi untuk penutupan asuransi, mengirimkan dokumen-dokumen polis dan menyampaikan tagihan dengan periode yang telah disepakati.
6. Menetapkan standar industri baru bagi klaim, misal dengan program respon langsung (24 jam) untuk menanggapi klaim dengan cepat dan menetapkan pembayaran yang cepat, adil dan bebas.
7. Memelihara kepercayaan para nasabahnya dengan mampu menyelesaikan klaim secara jujur dan benar serta mampu mengatasi segala tantangan.
8. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.

9. Perusahaan juga harus dapat membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan.
10. Mengembangkan dan menerapkan accountable, proactive, dan partnership marketing sesuai dengan situasi pemasaran.

Karena pertemuan jasa sering melibatkan rangkaian kejadian yang rumit bagi pelanggan sehingga sangat penting seorang manajer asuransi memahamai bagaimana pelanggan melihat penawaran jasa tersebut. Elemen jasa inti dan pelengkap harus didesain dengan hati-hati untuk menciptakan nilai dan kualitas. Selain itu manajer asuransi harus memutuskan elemen mana yang harus diimbangi dan mana yang harus mereka kalahkan untuk memberikan keunggulan bersaing bagi perusahaannya di pasar

2.2.11. Konsep Kepuasan Pelanggan

Definisi kepuasan menurut Oliver (1980) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh dua variabel kognitif. Pertama, harapan prapembelian (prepurchase expectation), yaitu keyakinan tentang kinerja yang diantisipasi dari suatu produk atau jasa. Kedua, disconfirmation, yakni perbedaan antara harapan prapembelian dan persepsi purna pembelian.

Dengan demikian, kepuasan pelanggan tidak berarti memberikan kepada pelanggan apa yang kita perkirakan disukai oleh pelanggan.

Namun, kita harus memberikan apa yang sebenarnya mereka inginkan, kapan diperlukan dan dengan cara apa mereka memperolehnya.

- Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kotler, et al., (1996) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, antara lain :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka melalui kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain.

2. *Ghost shopping*

Cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. *Ghost shopper* akan melaporkan penelitiannya mengenai kekuatan dan kelemahan pesaing dan mengamati juga mengenai cara mereka melayani permintaan pelanggan.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat

memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Penelitian kepuasan pelanggan ini dilakukan dengan penelitian survei, baik dengan survei pos, telepon, maupun wawancara pribadi (McNeal dan Lamb dalam Peterson dan Wilson, 1992). Dengan survei ini perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga akan memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Selain itu ada beberapa cara pengukurannya :

- a. *Directly Reported Satisfaction*, dimana pengukuran ini dilakukan secara langsung dengan beberapa pertanyaan puas, tidak puas atau netral.
- b. *Derived Dissatisfaction*, responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan.
- c. *Problem Analysis*, responden diminta menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.
- d. *Importance-performance Analysis*, responden diminta merangking berbagai elemen (atribut) dari penawaran

berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

- Strategi Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan :

3. Strategi pemasaran berupa *Relationship Marketing* (McKenna, 1991)

Yaitu strategi di mana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai.

4. *Strategi Superior Customer Service* (Schnaars, 1991)

Yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing meliputi pemberian jaminan, konsultasi, garansi, dsb.

5. *Strategi Unconditional Guarantees* (Hart, 1988) atau *Extraordinary Guarantees* (Hart dalam Supiyo, 1993)

Strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan

4. Strategi Penanganan Keluhan yang Efisien (Schnaars, 1991)

Penanganan keluhan ini akan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas (bahkan menjadi pelanggan abadi).

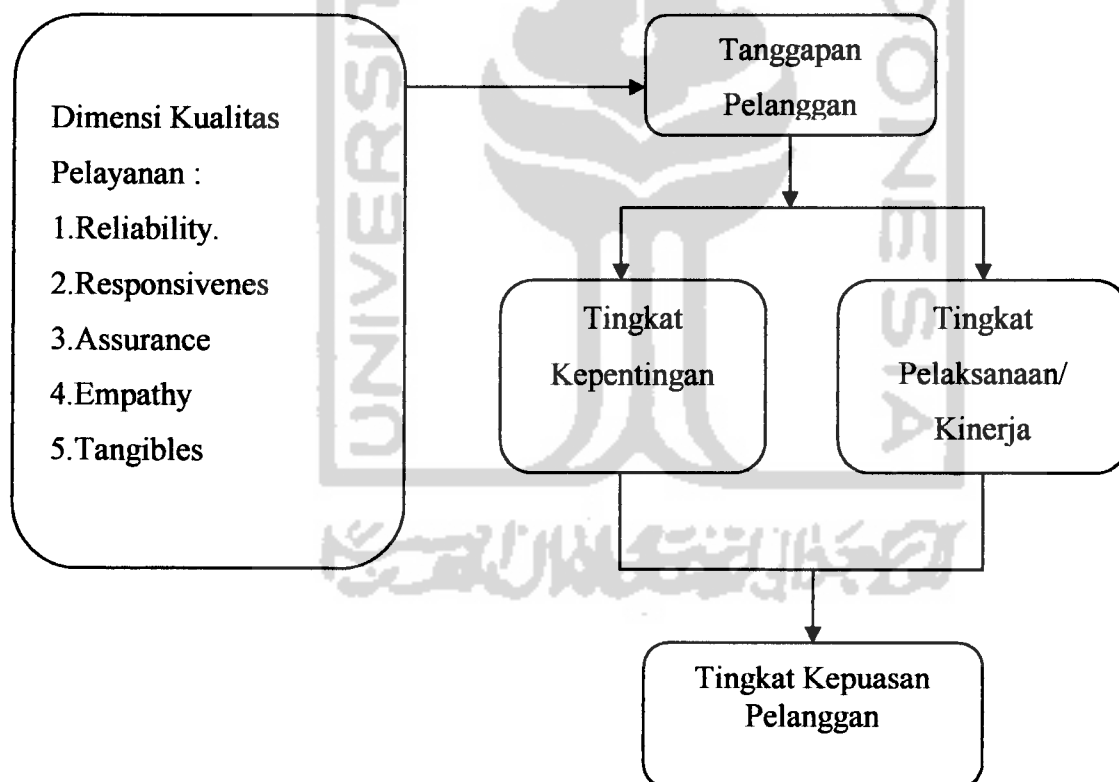
5. Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan

Strategi ini meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan.

6. Menerapkan *Quality Function Deployment* (QFD)

Yaitu praktik untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan.

2.3. Kerangka Teoritis

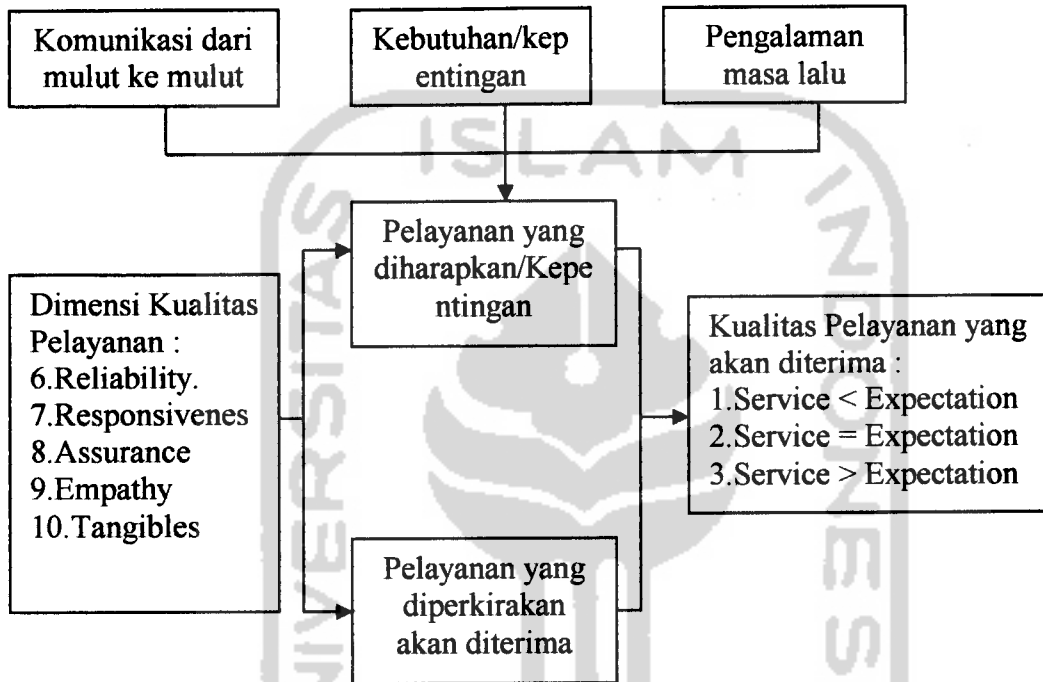


Gambar 2.1.

Lima Kriteria Penentu Kualitas Pelayanan

(Philip Kotler, 1994:476)

Hubungan Kepuasan Pelanggan Dengan Kualitas Pelayanan. Secara keseluruhan operasi Manajemen Pelayanan ditunjukkan Gambar dibawah ini :



Gambar 2.2

Zeithmal et. al. (1990). Delivering Quality Service Balancing Customer Perception and Expectation.

Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kualitas pelayanan dikurangi harapan pelanggan (Zeithmal dan Bitner, 1996, hal. 76). Dan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Satisfaction = f \{ service\ quality - expectation \}$$

$$Satisfaction = f \{ importance \times service\ quality \}$$

• **Keterangan :**

1. *Service Quality < Expectation ; Service Quality < Importance*

Pelayanan perusahaan buruk, selain tidak memuaskan juga tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

2. *Service Quality = Expectation ; Service Quality = Importance*

Pelayanan yang diberikan adalah biasa-bias saja. Di mata pelanggan, pelayanan yang diberikan tidak ada istimewanya.

3. *Service Quality > Expectation ; Service Quality > Importance*

Pelanggan merasakan pelayanan yang diberikan tidak hanya sesuai dengan kebutuhan, tetapi sekaligus memuaskan dan menyenangkan.

2.4. Hipotesis

Hipotesis adalah Pernyataan yang belum teruji atau dugaan sementara yang menjelaskan suatu fakta atau fenomena jawaban masalah penelitian, berdasarkan telaah konsep-konsep teoritis yang perlu diuji secara empiris. Dimana hipotesis akan ditolak jika dugaan itu salah dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkannya.

Dalam penyusunan skripsi ini hipotesa yang dikemukakan yaitu :

- a. Ada persepsi baik dari nasabah PT.Asuransi Jiwasraya terhadap kualitas kinerja pelayanan yang ditawarkan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini.
- b. Nasabah PT.Asuransi Jiwasraya sudah merasa puas dengan kinerja pelayanan yang diberikan saat ini.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah PT.Asuransi Jiwasraya (Persero) kantor cabang yang beralamatkan di Jl. Cikini Raya No.97, Jakarta.

3.2. Variabel Penelitian

Variabel yang diteliti terdapat lima dimensi adalah:

1. Keandalan (*Realibility*).
2. Keresponsifan (*Responsiveness*).
3. Jaminan (*Assurance*).
4. Empati (*Emphaty*).
5. Berwujud (*Tangible*).

3.3. Definisi Operasional Variabel

Variabel-variabel yang digunakan adalah:

1. Kehandalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Variabel keandalan dalam penelitian ini terdiri dari :

- a. Kepedulian perusahaan terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah.
- b. Kesesuaian pelaksanaan pelayanan dengan jadwal yang telah disusun.

c. Keakuratan penanganan/ pengadministrasian catatan/ dokumen oleh PT.

Asuransi Jiwasraya.

d. Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji.

e. Keandalan karyawan dalam penyampaian jasa dari awal hingga akhir.

2. Keresponsifan (*Responsiveness*)

Yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan. Variabel keresponsifan dalam penelitian ini terdiri

dari :

a. Kejelasan informasi penyampaian jasa.

b. Kesiediaan karyawan memberikan layanan yang cepat.

c. Kesiediaan karyawan menyelesaikan permasalahan nasabah.

d. Bersikap antusias membantu nasabah.

3. Jaminan (*Assurance*)

Yaitu adanya jaminan bahwa jasa yang diberikan memberikan jaminan keamanan, kemampuan (kompetensi) sumber daya dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar dan lain-lain yang sifatnya memberikan jaminan bahwa seluruh unsur pemberi jasa sesuai dengan apa yang diharapkan. Variabel *assurance* dalam penelitian ini terdiri dari :

a. Kemampuan SDM.

b. Rasa aman selama berhubungan dengan karyawan.

c. Kesabaran karyawan.

d. Dukungan perusahaan kepada karyawan.

4. Empati (*Empathy*)

Yaitu kemudahan dalam mendapatkan pelayanan, keramahan, komunikasi dan kemampuan memahami kebutuhan konsumen. Variabel empati dalam penelitian ini terdiri dari :

- a. Perhatian perusahaan kepada nasabah.
- b. Perhatian karyawan secara pribadi kepada nasabah.
- c. Pemahaman kebutuhan nasabah.
- d. Perhatian perusahaan terhadap kepentingan nasabah.

5. Bukti Fisik (*Tangible*)

Yaitu aspek-aspek nyata yang bisa dilihat dan diraba. Variabel *tangible* dalam penelitian ini terdiri dari :

- a. Kondisi SDM perusahaan.
- b. Kemutakhiran peralatan dan teknologi
- c. Kondisi sarana.
- d. Keselarasan fasilitas fisik dengan jasa yang diberikan.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Untuk mengumpulkan data tersebut digunakan survey dengan metode :

1. Angket

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara membagikan kuisisioner kepada responden yang memuat daftar pertanyaan tentang permasalahan

yang sedang diteliti, dan meminta kesediaan responden untuk menjawab daftar pertanyaan tersebut.

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data primer.

2. Kepustakaan

Yaitu mempelajari buku-buku pengetahuan dan literatur lainnya yang mempunyai hubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti sehingga dapat membantu dalam pemecahan permasalahan yang sedang diteliti.

3. Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data sekunder yang berasal dari dokumentasi intern dan ekstern pihak-pihak yang terkait utamanya dari PT. Asuransi Jiwasraya.

3.5. Populasi dan Sampel

3.5.1. Populasi

“Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa atau satuan-satuan yang atributnya hendak diteliti”. Anggota populasi disebut dengan elemen populasi. Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen asuransi atau seluruh nasabah PT.Asuransi Jiwasraya cabang cikini Jakarta Pusat.

3.5.2. Sampel

“Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil untuk diselidiki. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi”. Oleh karena itu sampel yang diambil adalah nasabah PT.Asuransi Jiwasraya cabang cikini Jakarta.

3.5.3. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam pengambilan sampel, teknik sampling yang digunakan penulis adalah *non probability* sampling (sample non probabilitas). *Non probability* sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang / kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”.

Dalam penentuan sampel, penulis menggunakan teknik *convenience sampling*. “*Convenience sampling* adalah metoda pengambilan sample berdasarkan ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya”.

3.5.4. Besaran Sampel

Besaran sampel adalah banyaknya individu, subyek, atau elemen dari populasi yang diambil sebagai sampel. Untuk menentukan jumlah sampel tanpa diketahui jumlah populasinya, yaitu dengan menggunakan rumus :

$$n = 0.25 \left[\frac{Z \frac{1}{2} \alpha}{E} \right]^2$$

Dimana :

- $Z \frac{1}{2} \alpha$: luas kurva normal standar.
- E : Standar deviasi

Dengan menggunakan probabilitas $\alpha = 5\%$ dan standar deviasi tidak lebih dari 0.1 maka sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = 0.25 \left[\frac{1.96}{0.1} \right]^2$$

$$n = 96.04$$

Dari hasil perhitungan diperoleh jumlah sampel yang akan dibutuhkan adalah sebanyak 97 responden. Namun untuk memudahkan perhitungan, jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 orang responden.

3.6. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Bentuk Kuisisioner

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara membagikan kuisisioner kepada responden yang memuat daftar pertanyaan tentang permasalahan yang sedang diteliti, dan meminta kesediaan responden untuk menjawab daftar pertanyaan tersebut.

b. Skala Likert

Dalam pembobotan atas tanggapan-tanggapan dari responden digunakan skala 5 tingkat (Likert).

Untuk penilaian atas kinerja diberikan bobot sebagai berikut :

1. Jawaban sangat baik diberi skor 5
2. Jawaban baik diberi skor 4
3. Jawaban cukup baik diberi skor 3

4. Jawaban tidak baik diberi skor 2
5. Jawaban sangat tidak baik diberi skor 1

Sedangkan penilaian atas kepentingan diberikan bobot sebagai berikut :

1. Jawaban sangat penting diberi skor 5
2. Jawaban penting diberi skor 4
3. Jawaban cukup penting diberi skor 3
4. Jawaban tidak penting diberi skor 2
5. Jawaban sangat tidak penting diberi skor 1

3.7. Validitas dan Reliabilitas

Sebelum melakukan pengujian untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah maka langkah awal yang dilakukan adalah dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap alat pengumpul data atau kuisisioner. Uji validitas adalah suatu uji yang digunakan untuk mengukur keshahihan dan kecermatan suatu pertanyaan (kuisisioner) yang akan disebarakan kepada responden. Uji reliabilitas adalah suatu alat uji yang digunakan untuk mengetahui keandalan dari suatu kuisisioner dengan persyaratan jawaban dari responden adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jadi suatu kuisisioner dapat dikatakan sah jika pertanyaan dari kuisisioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut.

Langkah-langkah umum untuk menguji validitas adalah sebagai berikut :

1. Mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur.

2. Melakukan uji coba skala pengukur tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total dengan menggunakan rumus (Sugiono,2000) :

$$r_{xy} = \frac{N \cdot (\sum xy) - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{(N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2) \cdot (N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi produk moment

N = jumlah sampel

$\sum x$ = jumlah skor butir

$\sum y$ = jumlah skor total

$\sum xy$ = jumlah pekalian skor butir dengan skor total

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat skor butir

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat skor total

5. Membandingkan antara r hitung dengan r tabel.
6. Menarik atau membuat kesimpulan.

Pengukuran reliabilitas untuk banyak item dapat menggunakan rumus sebagai berikut (Sugiono, 2000) :

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum a^2 b}{a^2 1} \right]$$

Dimana :

r_{ii} = model reliabilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum a^2b$ = jumlah varian butir

a^21 = variabel butir

Adapun hasil pengujian validitas dan reliabilitas dengan menggunakan sampel 100 orang nasabah dan dihitung secara komputasi dengan menggunakan program SPSS 10.

1. Uji Validitas

Untuk menguji keshahihan (validitas) atau ketepatan instrument penelitian (kuisisioner), apakah informasi (data) yang diperoleh melalui instrument penelitian tersebut sesuai dengan yang diharapkan, maka dilakukan uji validitas. Dalam uji validitas ini menggunakan rumus korelasi product moment.

Pengujian validitas dilakukan dengan jalan mengkorelasikan antara tiap skor butir. Apabila hasil korelasi menunjukkan “signifikan”, maka variabel tersebut dikatakan “valid”. Sebaliknya apabila hasil korelasi menunjukkan “tidak signifikan”, maka variabel tersebut dikatakan “tidak valid” dan harus dikeluarkan dari pengukuran. Data yang digunakan untuk uji ini diambil 100 responden dan dari data yang digunakan maka diperoleh r tabel sebagai berikut : $df = 100 - 2 = 98$, dengan signifikansi 5% maka dapat diperoleh angka 0.135. Setelah dilakukan uji validitas dengan menggunakan bantuan komputer dengan taraf signifikansi 5% atau 0.05 maka dapat diperoleh hasil pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1
 Hasil Uji Validitas
 Variabel Kinerja (X)

No	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X1.1	0,559	0,135	Valid
2	X1.2	0,588	0,135	Valid
3	X1.3	0,606	0,135	Valid
4	X1.4	0,521	0,135	Valid
5	X1.5	0,484	0,135	Valid
6	X2.1	0,605	0,135	Valid
7	X2.2	0,648	0,135	Valid
8	X2.3	0,579	0,135	Valid
9	X2.4	0,625	0,135	Valid
10	X3.1	0,549	0,135	Valid
11	X3.2	0,585	0,135	Valid
12	X3.3	0,613	0,135	Valid
13	X3.4	0,520	0,135	Valid
14	X4.1	0,606	0,135	Valid
15	X4.2	0,596	0,135	Valid
16	X4.3	0,570	0,135	Valid
17	X4.4	0,457	0,135	Valid
18	X5.1	0,569	0,135	Valid
19	X5.2	0,644	0,135	Valid
20	X5.3	0,590	0,135	Valid
21	X5.4	0,658	0,135	Valid

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh butir (item) kuisioner penelitian memiliki hubungan yang “signifikan” dengan skor total. Dengan demikian, 21 butir (item) variabel tingkat kinerja (X) tersebut adalah “Valid” atau sah digunakan sebagai instrument pengukuran dalam penelitian ini.

Sedangkan hasil uji validitas variabel kepentingan nasabah (Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.2
 Hasil Uji Validitas
 Variabel Kepentingan (Y)

No	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Y1.1	0,513	0,135	Valid
2	Y1.2	0,468	0,135	Valid
3	Y1.3	0,462	0,135	Valid
4	Y1.4	0,469	0,135	Valid
5	Y1.5	0,443	0,135	Valid
6	Y2.1	0,416	0,135	Valid
7	Y2.2	0,537	0,135	Valid
8	Y2.3	0,528	0,135	Valid
9	Y2.4	0,464	0,135	Valid
10	Y3.1	0,432	0,135	Valid
11	Y3.2	0,630	0,135	Valid
12	Y3.3	0,514	0,135	Valid
13	Y3.4	0,527	0,135	Valid
14	Y4.1	0,515	0,135	Valid
15	Y4.2	0,547	0,135	Valid
16	Y4.3	0,492	0,135	Valid
17	Y4.4	0,489	0,135	Valid
18	Y5.1	0,538	0,135	Valid
19	Y5.2	0,620	0,135	Valid
20	Y5.3	0,472	0,135	Valid
21	Y5.4	0,404	0,135	Valid

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh butir (item) kuisisioner penelitian memiliki hubungan yang “signifikan” dengan skor total. Dengan demikian, 21 butir (item) variabel tingkat kinerja (X) tersebut adalah “Valid” atau sah digunakan sebagai instrument pengukuran dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian realibilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil dari pengukuran relative konsisten, bila pengukuran diulangi dua kali atau lebih (Azwar, 1997:4). Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono

(1998:104) yang menyatakan bahwa pengujian realibilitas instrument dilakukan dengan konsistensi internal variabel yang diujikan. Hasil pengujian menggambarkan bahwa instrument memberikan informasi yang relative tetap atau konsisten bila digunakan berulang kali. Uji reliabilitas ini akan menggunakan koefisien rumus alpha (α) yang ditetapkan adalah sebesar 5% atau 0,05 artinya apabila α kurang 0,05 maka instrumen yang digunakan tidak reliabel (unreliable) dan apabila α lebih atau sama dengan 0,05 maka instrument yang digunakan reliabel (reliability). Uji reliabel menggunakan teknik alpha Cronbachs dengan rumus (Sugiyono, 2000). Hasil pengujian relibilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.3
Hasil Uji Reliabilitas
Variabel Kinerja (X)

No	Pertanyaan	Alpha	Reliabilitas
1.	Keandalan	0,7776	Reliabel
2.	Keresponsifan	0,8002	Reliabel
3.	Assurance	0,7652	Reliabel
4.	Empati	0,7574	Reliabel
5.	Tangibel	0,8008	Reliabel

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa untuk pertanyaan tentang tingkat kinerja yang memuat lima dimensi memiliki keandalan. Karena nilai alpha yang ada menunjukkan angka diatas 0,05. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variable penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Tabel 3.4
 Hasil Uji Reliabilitas
 Variabel Kepentingan (Y)

No	Pertanyaan	Alpha	Realibilitas
1.	Keandalan	0,7137	Reliabel
2.	Keresponsifan	0,7012	Reliabel
3.	Assurance	0,7339	Reliabel
4.	Empati	0,7222	Reliabel
5.	Tangible	0,7193	Reliabel

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa untuk pertanyaan tentang tingkat kepentingan yang memuat lima dimensi memiliki keandalan. Karena nilai alpha yang ada menunjukkan angka diatas 0,05. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variable penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

3.8. Metode Analisis Data

Analisis disini dimaksudkan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan dengan cara mengolah data yang ada dengan menggunakan metode ataupun rumus yang sesuai. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua metode analisis data yaitu metode analisis kualitatif dan metode analisis kuantitatif.

1. Metode Analisis Kualitatif

Metode analisis kualitatif adalah suatu metode analisis data secara deskriptif atau penjelasan terhadap kuisisioner yang digunakan dimana hal tersebut sulit diukur dengan angka. Penjelasan ataupun kesimpulan yang

dibuat sebagai upaya untuk lebih memperjelas dan memperkuat dari hasil analisis kuantitatif.

2. Metode Analisis Kuantitatif

Metode analisis kuantitatif adalah suatu metode analisis data yang berupa pengukuran terhadap angka-angka yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan kepada para responden. Analisis ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mengolah dan menjelaskan data yang telah didapatkan dalam bentuk angka.

Dengan menggunakan data yang diperoleh dari responden kemudian dilakukan analisis statistik. Untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan konsumen dengan menggunakan teknik IPA (*Importance-Performance Analysis*) (John A. Martila and John C. James, 1997: 77-79) atau Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan. Responden diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat kepentingan setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dari masing-masing elemen. Indeks kepuasan konsumen dapat diperoleh dengan menggunakan skala likert yang ditentukan dalam lima poin skala. Baik untuk penilaian tingkat kepentingan maupun tingkat kinerja.

Berdasarkan skor kinerja dan skor kepentingan, maka dihasilkan suatu perhitungan tingkat kesesuaian responden. Tingkat kesesuaian disini merupakan hasil perbandingan antara skor penilaian kinerja dengan skor penilaian kepentingan nasabah. Tingkat kesesuaian yang diperoleh digunakan untuk mengetahui besarnya kepuasan nasabah dan menentukan

urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

Rumus yang digunakan adalah (J.Supranto, 1997, p.241) :

$$Tk_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100 \%$$

Dimana :

Tk_i = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor penilaian kinerja perusahaan

Y_i = Skor penilaian kepentingan perusahaan

Dalam penelitian ini digunakan dua buah variabel yaitu variabel x dan variabel y. Variabel x merupakan tingkat kinerja PT.Asuransi Jiwasraya yang dapat memberikan kepuasan kepada nasabahnya yang diharapkan diperoleh dari PT.Asuransi Jiwasraya dan variable y merupakan tingkat kepentingan nasabah.

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor penilaian kinerja dan sumbu tegak lurus (Y) akan diisi oleh skor penilaian kepentingan (J.Supranto) :

$$\bar{X} = \frac{X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{Y_i}{n}$$

Di mana :

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat kinerja

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

Langkah selanjutnya adalah membuat diagram kartesius yaitu merupakan suatu bangun yang dibagi atas 4 bagian yang dibatasi oleh 2 buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X} , \bar{Y}). Dimana \bar{X} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja perusahaan seluruh faktor yang mempengaruhi dan \bar{Y} merupakan rata-rata dari skor kepentingan nasabah seluruh faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Dalam penelitian ini terdapat 21 faktor yang mempengaruhi kepuasan. Seluruhnya ada K faktor, dimana K = 21. Selain itu untuk menentukan tingkat kepuasan nasabah dapat ditentukan melalui (Bilson Simamora, 2001):

- Tk > 1 sangat puas
- Tk = 1 puas
- Tk < 1 tidak puas

Rumus yang digunakan (J. Supranto, p.242) :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N X_i}{K} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N Y_i}{K}$$

Di mana :

\bar{X} = Rata-rata dari skor kinerja perusahaan

\bar{Y} = Rata-rata dari skor kepentingan nasabah

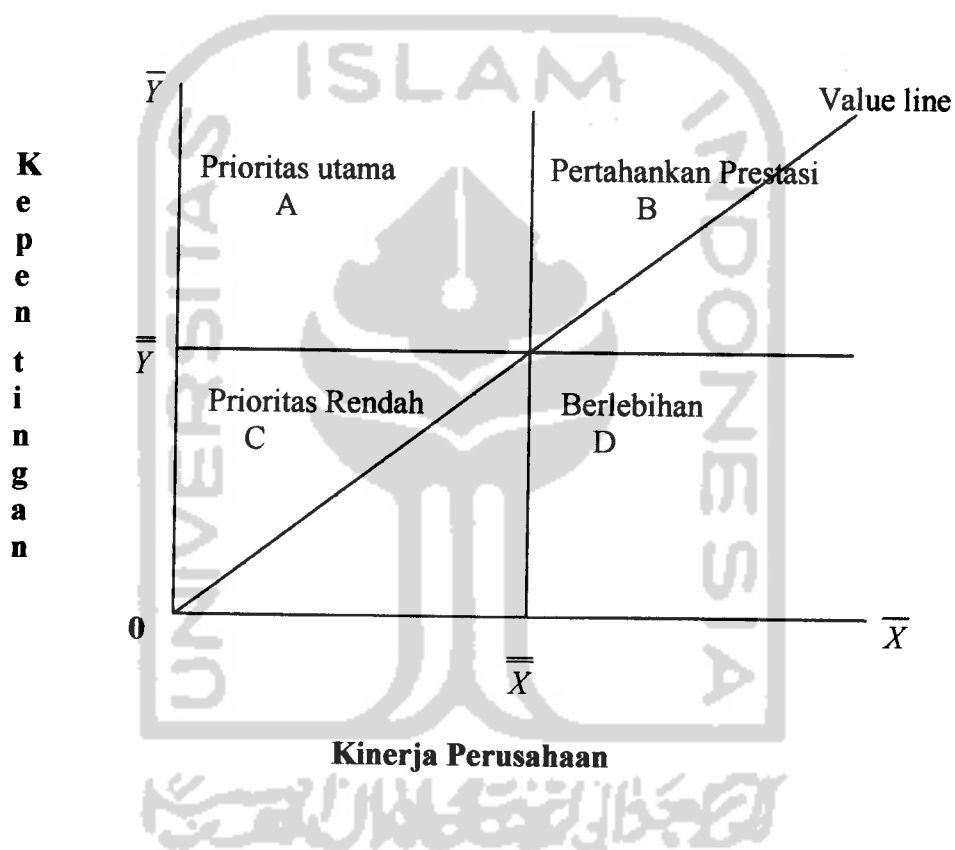
$\sum_{i=1}^N X_i$ = Jumlah dari skor penilaian kinerja perusahaan

$\sum_{i=1}^N Y_i$ = Jumlah dari skor penilaian kepentingan nasabah

K = Banyaknya atribut/ faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius seperti pada gambar dibawah ini

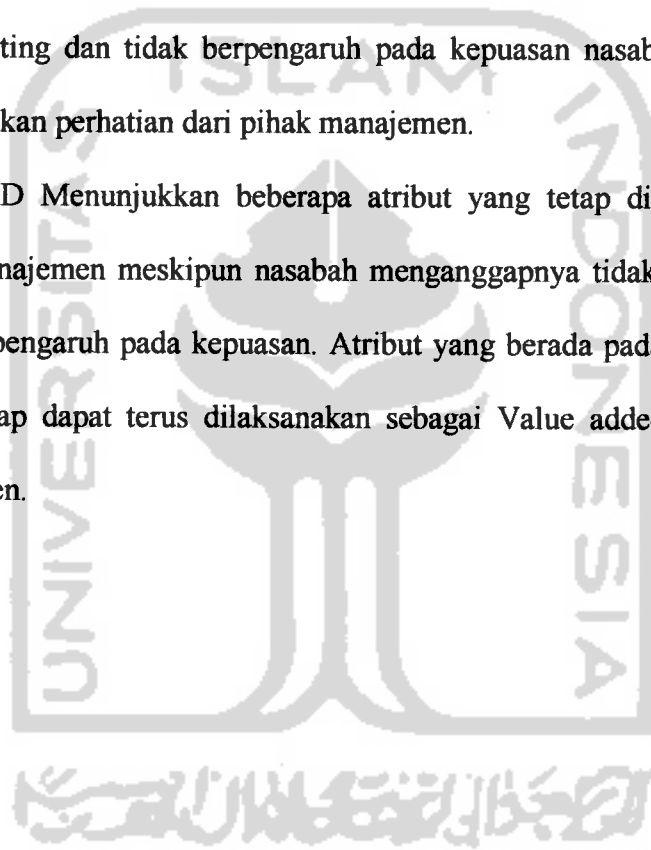
Gambar 3.5
Diagram Kartesius



Keterangan :

1. Pada kuadran A menunjukkan bahwa faktor-faktor atau atribut-atribut yang dianggap penting dan mempengaruhi kepuasan nasabah, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, tetapi manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan nasabah sehingga nasabah tidak puas.

2. Pada kuadran B menunjukkan bahwa faktor-faktor atau atribut-atribut dan unsur-unsur jasanya yang dianggap penting dan mempengaruhi kepuasan nasabah telah berhasil dilakukan oleh pihak manajemen sehingga wajib dipertahankan
3. Kuadran C menunjukkan beberapa atribut yang dianggap kurang atau tidak penting dan tidak berpengaruh pada kepuasan nasabah dan tidak mendapatkan perhatian dari pihak manajemen.
4. Kuadran D Menunjukkan beberapa atribut yang tetap dilakukan oleh pihak manajemen meskipun nasabah menganggapnya tidak penting dan tidak berpengaruh pada kepuasan. Atribut yang berada pada kuadran ini masih tetap dapat terus dilaksanakan sebagai Value added bagi pihak manajemen.



BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Singkat PT.Asuransi Jiwasraya

4.1.1. Sejarah Singkat PT.Asuransi Jiwasraya

Perusahaan PT.Asuransi Jiwasraya (Persero), didirikan dengan bentuk PT (Perseroan Terbatas) pada tanggal 12 Mei 1998, berdasarkan Akta Notaris Imas Fatimah, SH No.10, dimana semula tertulis PT. (Persero) Asuransi Jiwasraya.

Berdasarkan sejarah NILLMIJ Van (Nederlands Indische Levensverzekeringen en Lijfrente Maatschappij) 1859 yang berdiri pada tanggal 31 Desember 1859 atas Akta Notaris William Henry Herklots No.185, adalah perusahaan asuransi yang pertama kali ada di Indonesia. Maka pada tahun 1957 perusahaan-perusahaan milik Belanda yang ada di Indonesia, dimana PT. (Persero) Asuransi Jiwasraya termasuk salah satunya. Atas tahap peralihan tertanggal 8 Desember 1972 berdasarkan Peraturan Pemerintah No.33 tahun 1972, Akta Notaris tanggal 23 Maret 1973 Mohammad Ali No.12 tahun 1973, PT. Asuransi Jiwasraya berubah statusnya menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Persero. Dimana BUMN ini bergerak dibidang asuransi jiwa dibawah naungan Departemen Keuangan.

PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) ini berkantor pusat di Jl. Ir. H. Juanda No.34 Jakarta. PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) telah membawahi

17 kantor cabang, 70 kantor perwakilan, 371 kantor unit daerah dan 5 unit produksi daerah, yang berada hampir diseluruh Indonesia. Dimana salah satu kantor cabangnya berada di daerah cikini, Jakarta III yang bertujuan untuk membantu memudahkan kelencaran dan berkembangnya usaha ini.

4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

PT.Asuransi Jiwasraya daerah Jakarta ini mempunyai visi menjadi perusahaan asuransi jiwa komersial yang terpercaya dan terkemuka.

Sedangkan misinya adalah sebagai Badan Usaha Milik Negara yang ingin menjadikan dirinya sebagai perusahaan asuransi jiwa yang terpercaya dan terkemuka yang berkewajiban ;

- a. Menunjang kebijakan dan program pemerintah di bidang ekonomi, keuangan, dan pembangunan industri asuransi jiwa.
- b. Menghasilkan produk-produk unggulan yang memberikan perlindungan optimal kepada pemegang polis.
- c. Mengembangkan bisnis asuransi jiwa dan menjaga kesinambungan pelayanan terhadap para pemakai jasa asuransi jiwa.
- d. Menjaga dan menumbuhkembangkan kepercayaan masyarakat khususnya para pemegang polis.
- e. Mencapai pertumbuhan yang setinggi-tingginya dengan kekuatan dan kompetensi diri.

- f. Memberi nilai serta manfaat yang sebesar-besarnya kepada pemegang polis, pemegang saham, SDM/pengelola usaha dan masyarakat pada umumnya.

4.1.3. Bidang Usaha

PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) adalah perusahaan usaha komersial di bidang Jasa Asuransi, dimana hampir seluruhnya perusahaan asuransi jiwa yang didirikan berbentuk perusahaan bersama (mutual). Dalam penyelenggaraan usahanya PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) mempunyai misi dan visi untuk menjadi yang terdepan di dalam kualitas produknya dan kesejahteraan bagi para nasabahnya.

Sehingga dalam rangka mewujudkan misi dan visi perusahaan, PT. Asuaransi Jiwasraya (Persero) memfokuskan seluruh kegiatan dan sumber dayanya pada upaya peningkatan pertumbuhan dan pengembangan perusahaan yang realisasinya dilakukan secara professional dan konsisten melalui program dan strategi operasional proaktif dengan keunggulan-keunggulan pada :

1. Daya saing di setiap lini operasi perusahaan.
2. Inovasi dan kualitas produk.
3. Sumberdaya manusia.
4. Perangkat penunjang.

PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) ini mempunyai potensi yang baik, serta tangguh dalam memposisikan dirinya sebagai pesaing yang

berpengalaman selama \pm 146 tahun bagi industri-industri sejenisnya melalui berbagai produk bermutu, yang ditawarkan bagi kepuasan khususnya para pemegang polis dan masyarakat luas. Dengan ketekatan yang bulat dari PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) yang tercermin dari kekuatan sendiri disetiap lini operasionalnya agar dapat memberikan nilai lebih serta manfaat yang besar untuk menjadi acuan program dan strategi operasional proaktif, guna meraih peluang di dalam kompetisi liberalisme pasar dimasa datang.

4.1.4. Perkembangan Usaha

Untuk dapat mewujudkan visi serta misi yang telah di programkan oleh PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) selama 5 tahun terakhir ini, telah menunjukkan pertumbuhan yang positif pada setiap tahunnya, sejak awal berdirinya perusahaan ini yang sampai sekarang berusia \pm 146 Th telah mengalami kenaikan. Terlihat dari hasil Laporan Keuangan yang disampaikan oleh Direksi menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Hal ini merupakan bukti nyata bahwa manajemen telah tepat dalam menentukan arah serta sasaran perusahaan.

Keberhasilan dimaksud tampak terlihat dari perolehan laba usaha tahun 2002 setelah pajak sebaesar Rp. 36,33 miliar dan total asset Rp. 2,49 triliun. Selain itu juga ditunjang oleh sumber-sumber daya yang ada meliputi peralatan-peralatan mutakhir serta orang-orang yang berkualitas

membangun setiap unit operasional yang tersebar di hampir seluruh Indonesia.

Karena itu BPK dan P (Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan) menyatakan layak dan sehatnya PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) dalam kinerja dan kondisi keuangan, untuk dapat menerima dan memberi yang terbaik bagi pemegang polis. Melalui program dan strategi yang dikembangkan maka PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) mempunyai keunggulan meliputi pada daya saing, inovasi, dan perangkat-perangkat yang menunjang kelancaran usahanya.

Adapun kegiatan usaha perseroan ini meliputi :

1. Menawarkan dan menjual polis asuransi jiwa.
2. Membuat program Asuransi seperti :
 - a. Asuransi Jiwa.
 - b. Program Anuitas.
 - c. Asuransi Kesehatan.
 - d. Asuransi Kecelakaan Diri.
 - e. Asuransi Pendidikan dan Beasiswa.
 - f. Menyelenggarakan Dana Pensiun Lembaga Keuangan.

Hingga kini PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) telah mengembangkan produk-produk yang ditawarkan ke semua lapisan masyarakat yang meliputi 2 bagian Asuransi Jiwa yaitu :

1. Produk Asuransi Jiwa Perorangan (PP)

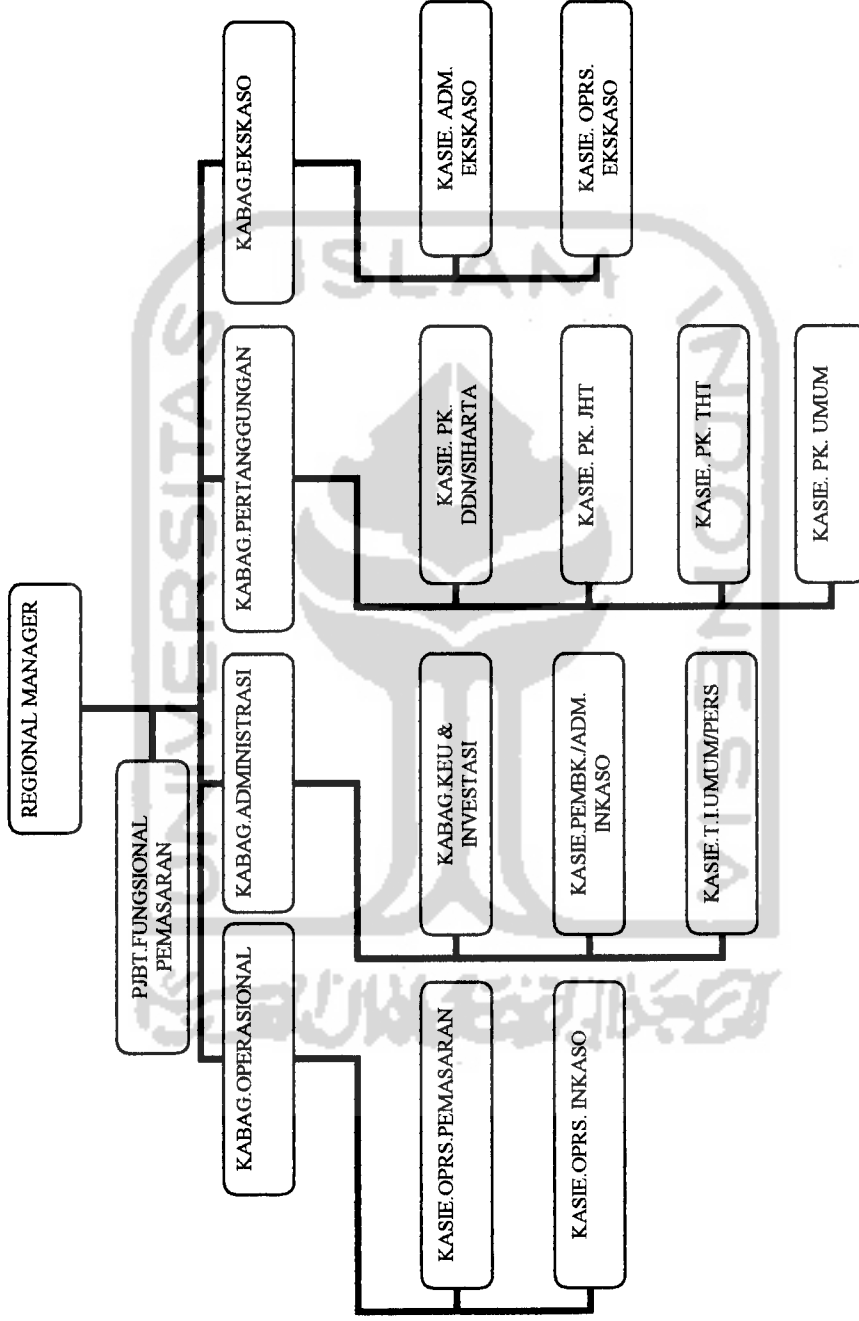
- a. Asuransi Dwiguna : Dwiguna, Dwiguna Utama, Dwiguna menaik 10%, Dwiguna Idaman, Dwiguna Bertahap.
 - b. Asuransi Bea Asuhan.
 - c. Asuransi Aneka Guna.
 - d. Asuransi Beasiswa : Beasiswa 6-5 tahun, Beasiswa Eka Karsa, Beasiswa Dwi Karsa, Beasiswa Catur Karsa.
 - e. Asuransi Tri Jaya.
 - f. Asuransi Anuitas.
2. Produk Asuransi Jiwa Kumpulan (PK).
- a. Asuransi Kesehatan Hari Tua.
 - b. Asuransi Tunjangan Hari Tua.
 - c. Asuransi Jaminan Hari Tua.
 - d. Asuransi Kecelakaan Diri.
 - e. Asuransi Kesehatan.

4.1.5. Struktur Organisasi

Organisasi dapat pula diartikan menyusun bagian-bagian yang terpisah menjadi suatu kesatuan, sehingga dapat dipergunakan untuk melakukan suatu pekerjaan dalam mencapai suatu tujuan. Struktur organisasi di PT.Asuransi Jiwasraya (Persero), Cabang Cikini ini terdiri dari beberapa bagian yang dibantu dengan beberapa seksi.

Gambar. 4.1

STRUKTUR ORGANISASI JAKARTA III REGIONAL OFFICE



4.1.6. Teknologi Informasi

Teknologi informasi dalam dunia bisnis posisinya menjadi sangat penting disamping Sumber Daya Manusia (SDM). Sentuhan teknologi informasi tersebut dalam dunia asuransi telah mempengaruhi kinerja asuransi khususnya pada aspek pelayanan.

Pengembangan Teknologi Sistem Informasi di PT.Asuransi Jiwasraya telah mendapatkan komitmen manajemen, yaitu dengan memilikinya jaringan *on line* seluruh Indonesia dan telah terbentuknya konsentrasi *real time*(24 jam).

4.1.7. Jaringan Pelayanan

Jaringan pelayanan sebagaimana tercatat pada posisi Desember 2002 adalah sebagai berikut :

- | | | |
|---|---|----------|
| 1. Kantor Pusat (<i>Head Office</i>) | : | 1 Buah |
| 2. Kantor Cabang (<i>Regional Office</i>) | : | 17 Buah |
| 3. Kantor Perwakilan (<i>Branch Office</i>) | : | 70 Buah |
| 4. Kantor Unit Daerah (<i>Area Office</i>) | : | 371 Buah |
| 5. Kantor Unit Produksi (<i>Product Office</i>) | : | 5 Buah |

4.2. Analisis Data

Dalam pembahasan hasil penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan analisis dan pembahasan setiap variable atau atribut sebagai bentuk dari pendekatan kuantitatif dan kualitatif (analisis tingkat kesesuaian

antara variable kinerja dengan variable kepentingan) atau IPA (*Importance-Performance Analysis*). Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara skor penilaian kinerja perusahaan dengan skor penilaian kepentingan nasabah. Tingkat kesesuaian yang diperoleh untuk mengetahui variable kepentingan nasabah (Y) terhadap variable kualitas jasa pelayanan (X) dan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah di PT. Asuransi Jiwasraya cabang Cikini.

4.2.1. Analisis Kuantitatif

Analisis Kuantitatif ini akan menjelaskan tentang tingkat kepuasan nasabah terhadap berbagai atribut yang terdapat pada kualitas jasa pelayanan PT. Asuransi Jiwasraya. Penilaian tingkat kepuasan nasabah tersebut didasarkan pada hasil tanggapan responden terhadap tingkat kepentingan (*Importance*) dan kinerja (*Performance*). Jumlah responden yang diambil berjumlah 100 orang, dengan pengambilan sample secara *convenience sampling*.

Penjabaran hasil analisis kuantitatif terhadap atribut jasa pelayanan PT. Asuransi Jiwasraya secara rinci dapat dijabarkan sebagai berikut :

a. Keandalan (*Reliability*)

a.1. Kepedulian perusahaan terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap kepedulian

perusahaan terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	53	265	- Sangat baik	5	30	150
- Penting	4	42	168	- Baik	4	44	176
- Cukup penting	3	5	15	- Cukup baik	3	22	66
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	4	8
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	0	0
Jumlah		100	448	Jumlah		100	400

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kepedulian perusahaan terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah, sebagian besar memilih sangat penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban baik.

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$\begin{aligned}
 Tk_i &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\
 &= \frac{400}{448} \times 100\% = 89.28\%
 \end{aligned}$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 89.28%. Karena nilai $Tk < 1$ atau Tk kurang dari

100%, maka kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

a.2. Kesesuaian pelaksanaan pelayanan dengan jadwal yang telah disusun

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap kepedulian perusahaan terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah, adalah sebagai berikut:

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	40	200	- Sangat baik	5	28	140
- Penting	4	53	212	- Baik	4	41	164
- Cukup penting	3	7	21	- Cukup baik	3	25	75
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	6	12
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	0	0
Jumlah		100	433	Jumlah		100	391

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kesesuaian pelaksanaan pelayanan sesuai dengan jadwal yang telah disusun sebagian besar memilih penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban baik.

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$Tk_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

$$= \frac{391}{433} \times 100\% = 90.30\%$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 90.30%. Karena nilai $Tk < 1$ atau tingkat kesesuaian kurang dari 100%, maka kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

a.3. Keakuratan penanganan/pengadministrasian catatan/dokumen oleh PT. Asuransi Jiwasraya

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap keakuratan penanganan/pengadministrasian catatan/dokumen oleh PT. Asuransi Jiwasraya, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	35	175	- Sangat baik	5	17	85
- Penting	4	59	236	- Baik	4	54	216
- Cukup penting	3	6	18	- Cukup baik	3	24	72
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	5	10
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	0	0
Jumlah		100	429	Jumlah		100	383

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap keakuratan penanganan/pengadministrasian catatan/dokumen oleh PT.Asuransi Jiwasraya sebagian besar

memilih penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban baik.

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$\begin{aligned} Tk_i &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\ &= \frac{383}{429} \times 100\% = 89.27\% \end{aligned}$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 89.27%. Karena nilai $Tk < 1$ atau tingkat kesesuaian kurang dari 100%, maka kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

a.4. Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	39	195	- Sangat baik	5	15	75
- Penting	4	52	208	- Baik	4	46	184
- Cukup penting	3	9	27	- Cukup baik	3	33	99
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	6	12
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	0	0
Jumlah		100	430	Jumlah		100	370

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan sebagian besar memilih penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban baik.

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$\begin{aligned}
 Tk_i &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\
 &= \frac{370}{430} \times 100\% = 86.04\%
 \end{aligned}$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 86.04%. Karena nilai $Tk < 1$ atau tingkat kesesuaian kurang dari 100%, maka kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

a.5. Keandalan PT.Asuransi Jiwasraya dalam penyampaian jasa

dari awal hingga akhir

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap keandalan PT.Asuransi Jiwasraya dalam penyampaian jasa dari awal hingga akhir, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	46	230	- Sangat baik	5	17	85
- Penting	4	47	188	- Baik	4	44	176
- Cukup penting	3	7	21	- Cukup baik	3	36	108
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	3	6
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	0	0
Jumlah		100	439	Jumlah		100	375

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap keandalan PT.Asurasnsi Jiwasraya dalam penyampaian jasa dari awal hingga akhir sebagian besar memilih penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban baik.

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$\begin{aligned}
 Tk_i &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\
 &= \frac{375}{439} \times 100\% = 85.42\%
 \end{aligned}$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 85.42%. Karena nilai $Tk < 1$ atau tingkat kesesuaian kurang dari 100%, maka kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

b. Daya Tanggap (Responsife)

b.1. Kejelasan informasi penyampaian jasa

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap kejelasan informasi penyampaian jasa, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	45	225	- Sangat baik	5	17	85
- Penting	4	51	204	- Baik	4	43	175
- Cukup penting	3	4	12	- Cukup baik	3	32	96
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	8	16
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	0	0
Jumlah		100	441	Jumlah		100	369

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kejelasan informasi penyampaian jasa sebagian besar memilih penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban baik.

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$Tk_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

$$= \frac{369}{441} \times 100\% = 83.67\%$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 83.67%. Karena nilai $Tk < 1$ atau tingkat kesesuaian kurang dari 100%, maka kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

b.2. Kesiediaan staf/pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap kesiediaan staf/pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	53	265	- Sangat baik	5	26	130
- Penting	4	42	168	- Baik	4	49	196
- Cukup penting	3	5	15	- Cukup baik	3	18	54
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	4	8
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	3	3
Jumlah		100	448	Jumlah		100	391

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kesiediaan staf/pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat sebagian besar memilih sangat penting.

Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban baik .

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$\begin{aligned}
 Tk_i &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\
 &= \frac{391}{448} \times 100\% = 87.27\%
 \end{aligned}$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 87.27%. Karena nilai $Tk < 1$ atau tingkat kesesuaian kurang dari 100%, maka kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

b.3. Kesiediaan staf/pegawai dalam membantu kesulitan yang dihadapi nasabah

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap kesiediaan staf/pegawai dalam membantu kesulitan yang dihadapi nasabah, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	49	245	- Sangat baik	5	23	115
- Penting	4	47	188	- Baik	4	47	188
- Cukup penting	3	4	12	- Cukup baik	3	25	75
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	3	6
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	2	2
Jumlah		100	445	Jumlah		100	386

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kesediaan staf/pegawai dalam membantu kesulitan yang dihadapi nasabah sebagian besar memilih sangat penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban baik.

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$\begin{aligned}
 Tk_i &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\
 &= \frac{386}{445} \times 100\% = 86.74\%
 \end{aligned}$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 86.74%. Karena nilai $Tk < 1$ atau tingkat kesesuaian kurang dari 100%, maka kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

b.4. Keluasan waktu staf/pegawai untuk menanggapi permintaan nasabah dengan cepat

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap keluasan waktu staf/pegawai untuk menanggapi permintaan nasabah dengan cepat, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	50	250	- Sangat baik	5	29	145
- Penting	4	46	184	- Baik	4	37	148
- Cukup penting	3	4	12	- Cukup baik	3	24	72
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	8	16
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	2	2
Jumlah		100	446	Jumlah		100	383

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap keluasan waktu staf/pegawai untuk menanggapi permintaan nasabah dengan cepat sebagian besar memilih sangat penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban baik.

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$\begin{aligned}
 Tk_i &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\
 &= \frac{383}{446} \times 100\% = 85.87\%
 \end{aligned}$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 85.87%. Karena nilai $Tk < 1$ atau tingkat kesesuaian kurang dari 100%, maka kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

c. Jaminan (Assurance)

c.1. Kompetensi/kemampuan karyawan

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap kompetensi/kemampuan karyawan, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	35	175	- Sangat baik	5	21	105
- Penting	4	59	236	- Baik	4	45	180
- Cukup penting	3	6	18	- Cukup baik	3	26	78
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	8	16
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	0	0
Jumlah		100	429	Jumlah		100	379

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kompetensi/kemampuan karyawan sebagian besar memilih penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban baik.

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$Tk_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

$$= \frac{379}{429} \times 100\% = 88.34\%$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 88.34%. Karena nilai $Tk < 1$. Kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

c.2. Perasaan aman selama berhubungan/berurusan dengan staf/pegawai PT.Asuransi Jiwasraya

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap perasaan aman selama berhubungan/berurusan dengan staf/pegawai PT.Asuransi Jiwasraya, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	49	245	- Sangat baik	5	23	115
- Penting	4	40	160	- Baik	4	44	176
- Cukup penting	3	11	33	- Cukup baik	3	24	72
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	6	12
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	3	3
Jumlah		100	438	Jumlah		100	378

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap perasaan aman selama berhubungan/berurusan dengan staf/pegawai PT.Asuransi Jiwasraya sebagian besar memilih sangat penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban baik.

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$\begin{aligned} Tk_i &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\ &= \frac{378}{438} \times 100\% = 86.30\% \end{aligned}$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 86.30%. Karena nilai $Tk < 1$. Kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

c.3. Kesabaran staf/pegawai dalam memberikan layanan

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap kesabaran staf/pegawai dalam memberikan layanan, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	47	235	- Sangat baik	5	32	160
- Penting	4	46	184	- Baik	4	29	116
- Cukup penting	3	7	21	- Cukup baik	3	26	78
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	11	22
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	2	2
Jumlah		100	440	Jumlah		100	378

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kesabaran staf/pegawai dalam memberikan layanan sebagian besar memilih sangat penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban sangat baik.

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$\begin{aligned}
 Tk_i &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\
 &= \frac{378}{440} \times 100\% = 85.90\%
 \end{aligned}$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 85.90%. Karena nilai $Tk < 1$ atau tingkat kesesuaian kurang dari 100%, maka kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

c.4. Dukungan PT.Asuransi Jiwasraya kepada staf/pegawai untuk melaksanakan tugasnya dengan baik

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap dukungan PT.Asuransi Jiwasraya kepada staf/pegawai untuk melaksanakan tugasnya dengan baik, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	46	230	- Sangat baik	5	29	145
- Penting	4	48	1921	- Baik	4	32	128
- Cukup penting	3	5	5	- Cukup baik	3	33	99
- Tidak penting	2	1	2	- Tidak baik	2	5	10
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	1	1
Jumlah		100	439	Jumlah		100	383

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap dukungan PT.Asuransi Jiwasraya kepada staf/pegawai untuk melaksanakan tugasnya dengan baik sebagian besar memilih penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban cukup baik.

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$\begin{aligned}
 Tk_i &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100 \% \\
 &= \frac{383}{439} \times 100 \% = 87.24 \%
 \end{aligned}$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 87.24%. Karena nilai $Tk < 1$ atau tingkat kesesuaian kurang dari 100%, maka kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

d. Empati

d.1. Perhatian PT.Asuransi Jiwasraya secara individu kepada nasabahnya

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap perhatian PT.Asuransi Jiwasraya secara individu kepada nasabahnya, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	31	155	- Sangat baik	5	24	120
- Penting	4	60	240	- Baik	4	43	172
- Cukup penting	3	9	27	- Cukup baik	3	26	78
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	7	14
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	0	0
Jumlah		100	422	Jumlah		100	384

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap perhatian PT.Asuransi Jiwasraya secara individu kepada nasabahnya sebagian besar memilih penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban baik.

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$Tk_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

$$= \frac{384}{422} \times 100\% = 90.99\%$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 90.99%. Karena nilai $Tk < 1$ atau tingkat kesesuaian kurang dari 100%, maka kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

d.2. Perhatian personal kepada nasabah oleh staf/pegawai PT.Asuransi Jiwasraya

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap perhatian personal kepada nasabah oleh staf/pegawai PT.Asuransi Jiwasraya, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	39	195	- Sangat baik	5	16	80
- Penting	4	49	196	- Baik	4	43	172
- Cukup penting	3	12	36	- Cukup baik	3	30	90
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	9	18
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	2	2
Jumlah		100	427	Jumlah		100	362

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap perhatian personal kepada nasabah oleh staf/pegawai PT.Asuransi Jiwasraya sebagian besar memilih penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban baik.

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$\begin{aligned} Tk_i &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\ &= \frac{362}{427} \times 100\% = 84.77\% \end{aligned}$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 84.77%. Karena nilai $Tk < 1$ atau tingkat kesesuaian kurang dari 100%, maka kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

d.3. Pemahaman staf/pegawai PT.Asuransi Jiwasraya akan kebutuhan/perasaan nasabahnya

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap pemahaman staf/pegawai PT.Asuransi Jiwasraya akan kebutuhan/perasaan nasabahnya, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	35	175	- Sangat baik	5	22	110
- Penting	4	56	224	- Baik	4	36	144
- Cukup penting	3	9	27	- Cukup baik	3	29	87
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	10	20
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	3	3
Jumlah		100	426	Jumlah		100	364

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap pemahaman staf/pegawai PT.Asuransi Jiwasraya akan kebutuhan/perasaan nasabahnya sebagian besar memilih penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban baik.

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$\begin{aligned}
 Tk_i &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\
 &= \frac{364}{426} \times 100\% = 85.44\%
 \end{aligned}$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 85.44%. Karena nilai $Tk < 1$ atau tingkat kesesuaian kurang dari 100%, maka kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

d.4. Kesungguhan PT.Asuransi Jiwasraya terhadap kepentingan nasabahnya

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap kesungguhan PT.Asuransi Jiwasraya terhadap kepentingan nasabahnya, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	32	160	- Sangat baik	5	28	140
- Penting	4	55	220	- Baik	4	29	116
- Cukup penting	3	13	39	- Cukup baik	3	37	111
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	6	12
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	0	0
Jumlah		100	419	Jumlah		100	379

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kesungguhan PT.Asuransi Jiwasraya terhadap kepentingan nasabahnya sebagian besar memilih penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban cukup baik.

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$\begin{aligned}
 Tk_i &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\
 &= \frac{379}{419} \times 100\% = 90.45\%
 \end{aligned}$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 90.45%. Karena nilai $Tk < 1$ atau tingkat kesesuaian kurang dari 100%, maka kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

e. Bukti Fisik (Tangible)

e.1. Kondisi sumber daya manusia:kerapian penampilan staf/pegawai

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap kondisi sumber daya manusia: kerapian penampilan staf/pegawai, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	40	200	- Sangat baik	5	16	80
- Penting	4	50	200	- Baik	4	48	192
- Cukup penting	3	10	30	- Cukup baik	3	29	87
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	5	10
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	2	2
Jumlah		100	430	Jumlah		100	371

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kondisi sumber daya manusia: kerapian penampilan staf/pegawai sebagian besar memilih penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban baik.

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$Tk_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

$$= \frac{371}{430} \times 100\% = 86.27\%$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 86.27%. Karena nilai $Tk < 1$ atau tingkat kesesuaian kurang dari 100%, maka kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

e.2. Kondisi peralatan yang dimiliki: computer, telepon, mesin faximile

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap kondisi peralatan yang dimiliki: computer, telepon, mesin faximile, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	35	175	- Sangat baik	5	24	120
- Penting	4	48	192	- Baik	4	35	140
- Cukup penting	3	17	51	- Cukup baik	3	30	90
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	10	20
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	1	1
Jumlah		100	418	Jumlah		100	371

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kondisi peralatan yang dimiliki: komputer, telepon, mesin faximile sebagian besar memilih penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban baik. Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$\begin{aligned}
 Tk_i &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\
 &= \frac{371}{418} \times 100\% = 88.75\%
 \end{aligned}$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 88.75%. Karena nilai $Tk < 1$ atau tingkat kesesuaian kurang dari 100%, maka kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

e.3. Kondisi kawasan dan gedung: kenyamanan/kebersihan PT.Asuransi Jiwasraya

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap kondisi kawasan dan gedung: kenyamanan/kebersihan PT.Asuransi Jiwasraya, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	42	210	- Sangat baik	5	16	80
- Penting	4	47	188	- Baik	4	51	204
- Cukup penting	3	11	33	- Cukup baik	3	24	72
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	9	18
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	0	0
Jumlah		100	431	Jumlah		100	374

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kondisi kawasan dan gedung: kenyamanan/kebersihan PT.Asuransi Jiwasraya sebagian besar memilih penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban baik.

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$\begin{aligned}
 Tk_i &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\
 &= \frac{374}{431} \times 100\% = 86.77\%
 \end{aligned}$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 86.77%. Karena nilai $Tk < 1$ atau tingkat kesesuaian kurang dari 100%, maka kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

e.4. Keselarasan fasilitas fisik: penampilan fasilitas fisik PT.Asuransi Jiwasraya yang sepadan/sebanding dengan jenis jasa yang diberikan

Berdasarkan data pada lampiran data mentah responden dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap keselarasan fasilitas fisik: penampilan fasilitas fisik PT.Asuransi Jiwasraya yang sepadan/sebanding dengan jenis jasa yang diberikan, adalah sebagai berikut :

Kepentingan (Importance) (Y)				Kinerja (Performance) (X)			
Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria jawaban	Skor	Jumlah Jawaban	Total
- Sangat penting	5	42	210	- Sangat baik	5	25	125
- Penting	4	48	192	- Baik	4	40	160
- Cukup penting	3	10	30	- Cukup baik	3	26	78
- Tidak penting	2	0	0	- Tidak baik	2	7	14
- Sangat tidak penting	1	0	0	- Sangat tidak baik	1	2	2
Jumlah		100	432	Jumlah		100	379

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap keselarasan fasilitas fisik: penampilan fasilitas fisik PT.Asuransi Jiwasraya yang sepadan/sebanding dengan jenis jasa yang diberikan sebagian besar memilih penting. Sedangkan hasil tanggapan terhadap kinerja yang dihasilkan sebagian besar menyatakan jawaban baik.

Setelah dilakukan pembobotan dengan skor yang telah ditentukan, maka dapat ditentukan hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data dengan cara :

$$Tk_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

$$= \frac{379}{432} \times 100\% = 87.73\%$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada nilai kinerja, sehingga menghasilkan nilai rasio kesesuaian sebesar 87.73%. Karena nilai $Tk < 1$ atau tingkat kesesuaian kurang dari 100%, maka kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah asuransi merasakan kondisi yang tidak puas.

Tabel 4.2
Hasil Total Tanggapan Nasabah Terhadap Atribut Pelayanan Jasa
PT.Asuransi Jiwasraya.

No	Atribut Yang Mempengaruhi Kepuasan	Penilaian Kinerja	Penilaian Kepentingan	Tingkat Kesesuaian (Tki)
1.1	Kepedulian perusahaan terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah	400	448	89.28 %
1.2	Kesesuaian pelaksanaan pelayanan dengan jadwal yang telah disusun.	391	433	90.30 %
1.3	Keakuratan penanganan/pengadministrasian catatan/dokumen oleh PT. Asuransi.Jiwasraya	383	429	89.27 %
1.4	Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan.	370	430	86.04 %
1.5	Keandalan PT.Asuransi Jiwasraya dalam penyampaian jasa dari awal hingga akhir	375	439	85.42 %
2.1	Kejelasan informasi penyampaian jasa.	369	441	83.67%
2.2	Kesediaan staf/pegawai dalam memberikan layanan yang cepat	391	448	87.27%
2.3	Kesediaan staf/pegawai dalam membantu kesulitan yang dihadapi nasabah	386	445	86.74%

2.4	Keluangan waktu staf/pegawai untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat.	383	446	85.87%
3.1	Kompetensi/kemampuan karyawan.	379	429	88.34%
3.2	Perasaan aman selama berhubungan/berurusan dengan staf/pegawai PT.Asuransi Jiwasraya.	378	438	86.30%
3.3	Kesabaran staf/pegawai dalam memberikan layanan.	378	440	85.90%
3.4	Dukungan PT.Asuransi Jiwasraya kepada staf/pegawai untuk melaksanakan tugasnya dengan baik.	383	439	87.24%
4.1	Perhatian PT.Asuransi Jiwasraya secara individu kepada nasabahnya.	384	422	90.99%
4.2	Perhatian personal kepada nasabah oleh staf /pegawai PT.Asuransi Jiwasraya.	362	427	84.77%
4.3	Pemahaman staf/ pegawai PT.Asuransi Jiwasraya akan kebutuhan/perasaan nasabahnya.	364	426	85.44%
4.4	Kesungguhan PT.Asuransi Jiwasraya terhadap kepentingan nasabahnya.	379	419	90.45%
5.1	Kondisi Sumber Daya Manusia : Kerapian penampilan staf/pegawai.	371	430	86.27%
5.2	Kondisi peralatan yang dimiliki : Komputer, telepon, faximile.	371	418	88.75%
5.3	Kondisi kawasan dan gedung : Kenyamanan/kebersihan PT.Asuransi Jiwasraya.	374	431	86.77%
5.4	Keselaran fasilitas fisik: Penampilan fasilitas fisik PT.Asuransi Jiwasraya yang sepadan/sebanding dengan jenis jasa yang diberikan.	379	432	87.73%
	TOTAL	7950	9110	

$$\begin{aligned} \text{Total Tingkat Kesesuaian} &= \frac{\sum_{i=1}^N X_i}{\sum_{i=1}^N Y_i} \times 100\% \\ &= \frac{7950}{9110} \times 100\% = 87.26\% \end{aligned}$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa total nilai tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada kinerja dimana $T_k < 1$, menghasilkan nilai rasio 87.26%

Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tanggapan nasabah terhadap kualitas pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya adalah belum puas terhadap pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya. Karena total tingkat kepentingan lebih besar dari total tingkat kinerja dan tingkat kesesuaian kurang dari 100%.

4.2.2. Analisa Tingkat Kesesuaian antara Variabel kinerja (X) dengan Variabel Kepentingan (Y)

Selain dapat di analisis atau dihitung berdasarkan tiap-tiap atribut dari masing-masing dimensi, data hasil penelitian dapat juga diketahui dengan prosentase antara variable penelitian terhadap ke-5 (lima) dimensi sebagaimana tampak pada table 4.3.

Tabel 4.3
TINGKAT KESESUAIAN ANTAR VARIABEL PENELITIAN TERHADAP ATRIBUT JASA PELAYANAN

No	Atribut Jasa pelayanan (Dimensi Pelayanan)	Kinerja (X)						Kepentingan (Y)						% Tingkat Kesesuaian
		SB	B	CB	TB	STB	Nilai	SP	P	CP	TP	STP	Nilai	
	A. Kehandalan	5	4	3	2	1	Bobot	5	4	3	2	1	Bobot	
1.	Kepedulian perusahaan terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah	150	176	66	8	0	400	265	168	15	0	0	448	
2.	Kesesuaian pelaksanaan pelayanan dengan jadwal yang telah disusun	140	164	75	12	0	391	200	212	21	0	0	433	
3.	Keakuratan penanganan/pengadministrasian catatan/dokumen	85	216	72	10	0	383	175	236	18	0	0	429	
4.	Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji	75	184	99	12	0	370	195	208	27	0	0	430	
5.	Keandalan karyawan dalam penyampaian jasa dari awal hingga akhir	85	176	108	6	0	375	230	188	21	0	0	439	
	B. Keresponsifan						383,80						435,80	88,06
1.	Kejelasan informasi penyampaian jasa	85	172	96	16	0	369	225	204	12	0	0	441	
2.	Kesediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat	130	196	54	8	3	391	265	168	15	0	0	448	
3.	Kesediaan karyawan menyelesaikan permasalahan nasabah	115	188	75	6	2	386	245	188	12	0	0	445	
4.	Keluangan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan dengan cepat	145	148	72	16	2	383	250	184	12	0	0	446	
	C. Jaminan						382,25						445	85,89
1.	Kompetensi/kemampuan Karyawan	105	180	78	16	0	379	175	236	18	0	0	429	
2.	Perasaan aman selama berhubungan dengan karyawan	115	176	72	12	3	378	245	160	33	0	0	438	

No	Atribut Jasa pelayanan (Dimensi Pelayanan)		Kinerja (X)										Kepentingan (Y)						% Tingkat Kesesuaian		
			B					Nilai					P							Nilai	
			SB	B	CB	TB	STB	Bobot	SP	CP	TP	STP	Bobot	Bobot	Bobot						
3.	Kesabaran karyawan dalam memberikan layanan		160	116	78	22	2	1	378	235	184	21	0	0	440						
4.	Dukungan perusahaan kepada karyawan untuk melaksanakan tugasnya dengan baik		145	128	99	10	1	383	230	192	15	2	0	439							
	D. Empati							379,50						436,50	86,94						
1.	Perhatian perusahaan kepada para nasabahnya		120	172	78	14	0	384	155	240	27	0	0	422							
2.	Perhatian karyawan secara pribadi kepada para nasabahnya		80	172	90	18	2	362	195	196	36	0	0	427							
3.	Pemahaman karyawan akan kebutuhan nasabahnya		110	144	87	20	3	364	175	224	27	0	0	426							
4.	Kesungguhan perusahaan terhadap kepentingan nasabah		140	116	111	12	0	379	160	220	39	0	0	419							
	E. Tangibel							372,25						423,50	87,89						
1.	Kondisi SDM: Kerapian penampilan karyawan		80	192	87	10	2	371	200	200	30	0	0	430							
2.	Kemutakhiran peralatan dan teknologi yang dimiliki		120	140	90	20	1	371	175	192	51	0	0	418							
3.	Kondisi sarana: kebersihan dan kenyamanan gedung		80	204	72	18	0	374	210	188	33	0	0	431							
4.	Keselarasan fasilitas fisik dengan jasa yang diberikan		125	160	78	14	2	379	210	192	30	0	0	432							
								373,70						427,75	87,36						

Berdasarkan analisa data diatas dapat juga diketahui prosentase tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini dengan tingkat kepentingan nasabahnya diantara variabel penelitian terhadap ke-5 (lima) dimensi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada dimensi kehandalan dapat diketahui bahwa prosentase tingkat kesesuaian antara variable kinerja dengan variable kepentingan nasabah terhadap kinerja pelayanan pada PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini sebesar 88.06%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini terhadap nasabahnya dilihat dari dimensi kehandalan dapat dikategorikan belum memberikan kepuasan karena antara tingkat kepentingan nasabah lebih besar dibandingkan dengan tingkat kinerja PT.Asuransi Jiwasraya.
2. Pada dimensi keresponsifan atau daya tanggap dapat diketahui bahwa prosentase tingkat kesesuaian antara variable kinerja dengan variable kepentingan nasabah terhadap kinerja pelayanan pada PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini sebesar 85.89%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini terhadap nasabahnya dilihat dari dimensi keresponsifan dapat dikategorikan belum memberikan kepuasan karena antara tingkat kepentingan nasabah masih lebih besar dibandingkan dengan tingkat kinerja PT.Asuransi Jiwasraya.
3. Pada dimensi assurance atau jaminan dapat diketahui bahwa prosentase tingkat kesesuaian antara variable kinerja dengan variable

kepentingan nasabah terhadap kinerja pelayanan pada PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini sebesar 86.94%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini terhadap nasabahnya dilihat dari dimensi assurance dapat dikategorikan belum memberikan kepuasan karena antara tingkat kepentingan nasabah lebih besar dibandingkan dengan tingkat kinerja PT.Asuransi Jiwasraya.

4. Pada dimensi empati dapat diketahui bahwa prosentase tingkat kesesuaian antara variable kinerja dengan variable kepentingan nasabah terhadap kinerja pelayanan pada PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini sebesar 87.89%. Jadi tingkat kinerja pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini masih lebih kecil daripada tingkat kepentingan nasabah sehingga kualitas kinerja pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini terhadap nasabahnya ditinjau dari dimensi empati belum memberikan kepuasan nasabah.
5. Pada dimensi tangibel dapat diketahui bahwa prosentase tingkat kesesuaian antara variable kinerja dengan variable kepentingan nasabah terhadap kinerja pelayanan pada PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini sebesar 87.36%. Jadi tingkat kinerja pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini masih lebih kecil daripada tingkat kepentingan nasabah sehingga kualitas kinerja pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini terhadap nasabahnya ditinjau dari dimensi tangibel belum memberikan kepuasan nasabah.

Jadi dapat disimpulkan secara umum bahwa nasabah PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini belum merasa puas terhadap kinerja pelayanan yang diberikan oleh pihak PT.Asuransi Jiwasraya.

4.2.3. Analisis tingkat kepentingan dan Tingkat Kinerja

Selanjutnya untuk dapat menentukan posisi atribut pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya kedalam diagram kartesius, sebelumnya harus menentukan perhitungan rata-rata penilaian kinerja dan perhitungan rata-rata penilaian kepentingan dari masing-masing atribut pemuas. Skor rata-rata diuraikan dibawah ini :

a. Skor Rata-Rata Kinerja dan Rata-Rata Kepentingan masing-masing Atribut Pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya

a. Kehandalan (*Reliability*)

a.1. Kepedulian perusahaan terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah

- Rata-rata Kinerja (\bar{X})
- Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{X} = \frac{X_i}{n} = \frac{400}{100} = 4$$

$$\bar{Y} = \frac{Y_i}{n} = \frac{448}{100} = 4.48$$

a.2. Kesesuaian pelaksanaan pelayanan dengan jadwal yang telah disusun

- Rata-rata Kinerja (\bar{X})
- Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{X} = \frac{X_i}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{Y_i}{n}$$

$$= \frac{391}{100} = 3.91$$

$$= \frac{448}{100} = 4.48$$

b.3. Kesiediaan staf/pegawai dalam membantu kesulitan yang dihadapi nasabah

• Rata-rata Kinerja (\bar{X})

• Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{Xi}{n} \\ &= \frac{383}{100} = 3.83\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{Yi}{n} \\ &= \frac{429}{100} = 4.29\end{aligned}$$

a.4. Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan

• Rata-rata Kinerja (\bar{X})

• Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{Xi}{n} \\ &= \frac{370}{100} = 3.7\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{Yi}{n} \\ &= \frac{430}{100} = 4.3\end{aligned}$$

a.5. Keandalan PT.Asuransi Jiwasraya dalam penyampaian jasa dari awal hingga akhir

• Rata-rata Kinerja (\bar{X})

• Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{Xi}{n} \\ &= \frac{375}{100} = 3.75\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{Yi}{n} \\ &= \frac{439}{100} = 4.39\end{aligned}$$

b. Daya Tanggap (Responsife)

b.1. Kejelasan informasi penyampaian jasa

• Rata-rata Kinerja (\bar{X})

• Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{Xi}{n} \\ &= \frac{369}{100} = 3.69\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{Yi}{n} \\ &= \frac{441}{100} = 4.41\end{aligned}$$

b.2. Kesiediaan staf/pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat

- Rata-rata Kinerja (\bar{X})
- Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{Xi}{n} \\ &= \frac{391}{100} = 3.91\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{Yi}{n} \\ &= \frac{448}{100} = 4.48\end{aligned}$$

b.3. Kesiediaan staf/pegawai dalam membantu kesulitan yang dihadapi nasabah

- Rata-rata Kinerja (\bar{X})
- Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{Xi}{n} \\ &= \frac{386}{100} = 3.86\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{Yi}{n} \\ &= \frac{445}{100} = 4.45\end{aligned}$$

b.4. Kelengkapan waktu staf/pegawai untuk menanggapi permintaan nasabah dengan cepat

- Rata-rata Kinerja (\bar{X})
- Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{Xi}{n} \\ &= \frac{383}{100} = 3.83\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{Yi}{n} \\ &= \frac{446}{100} = 4.46\end{aligned}$$

c. Jaminan (Assurance)

c.1. Kompetensi/kemampuan karyawan

• Rata-rata Kinerja (\bar{X})

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{Xi}{n} \\ &= \frac{379}{100} = 3.79\end{aligned}$$

• Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{Yi}{n} \\ &= \frac{429}{100} = 4.29\end{aligned}$$

c.2. Perasaan aman selama berhubungan/berurusan dengan staf/pegawai PT.Asuransi Jiwasraya

• Rata-rata Kinerja (\bar{X})

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{Xi}{n} \\ &= \frac{378}{100} = 3.78\end{aligned}$$

• Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{Yi}{n} \\ &= \frac{438}{100} = 4.38\end{aligned}$$

c.3. Kesabaran staf/pegawai dalam memberikan layanan

• Rata-rata Kinerja (\bar{X})

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{Xi}{n} \\ &= \frac{378}{100} = 3.78\end{aligned}$$

• Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{Yi}{n} \\ &= \frac{440}{100} = 4.4\end{aligned}$$

c.4. Dukungan PT.Asuransi Jiwasraya kepada staf/pegawai untuk melaksanakan tugasnya dengan baik

• Rata-rata Kinerja (\bar{X})

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{Xi}{n} \\ &= \frac{383}{100} = 3.83\end{aligned}$$

• Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{Yi}{n} \\ &= \frac{439}{100} = 4.39\end{aligned}$$

d. Empati

d.1. Perhatian PT.Asuransi Jiwasraya secara individu kepada nasabahnya

- Rata-rata Kinerja (\bar{X})
- Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{X_i}{n} & \bar{Y} &= \frac{Y_i}{n} \\ &= \frac{384}{100} = 3.84 & &= \frac{422}{100} = 4.22\end{aligned}$$

d.2. Perhatian personal kepada nasabah oleh staf/pegawai PT.Asuransi Jiwasraya

- Rata-rata Kinerja (\bar{X})
- Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{X_i}{n} & \bar{Y} &= \frac{Y_i}{n} \\ &= \frac{362}{100} = 3.62 & &= \frac{427}{100} = 4.27\end{aligned}$$

d.3. Pemahaman staf/pegawai PT.Asuransi Jiwasraya akan kebutuhan/perasaan nasabahnya

- Rata-rata Kinerja (\bar{X})
- Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{X_i}{n} & \bar{Y} &= \frac{Y_i}{n} \\ &= \frac{364}{100} = 3.64 & &= \frac{426}{100} = 4.26\end{aligned}$$

d.4. Kesungguhan PT.Asuransi Jiwasraya terhadap kepentingan nasabahnya

- Rata-rata Kinerja (\bar{X})
- Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{Xi}{n} \\ &= \frac{379}{100} = 3.79\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{Yi}{n} \\ &= \frac{419}{100} = 4.19\end{aligned}$$

e. Bukti Fisik (Tangible)

e.1. Kondisi sumber daya manusia: kerapian penampilan staf/pegawai

• Rata-rata Kinerja (\bar{X})

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{Xi}{n} \\ &= \frac{371}{100} = 3.71\end{aligned}$$

• Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{Yi}{n} \\ &= \frac{430}{100} = 4.3\end{aligned}$$

e.2. Kondisi peralatan yang dimiliki: computer, telepon, mesin faximile

• Rata-rata Kinerja (\bar{X})

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{Xi}{n} \\ &= \frac{371}{100} = 3.71\end{aligned}$$

• Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{Yi}{n} \\ &= \frac{418}{100} = 4.18\end{aligned}$$

e.3. Kondisi kawasan dan gedung: kenyamanan/kebersihan PT.Asuransi Jiwasraya

• Rata-rata Kinerja (\bar{X})

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{Xi}{n} \\ &= \frac{374}{100} = 3.74\end{aligned}$$

• Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{Yi}{n} \\ &= \frac{431}{100} = 4.31\end{aligned}$$

e.4. Keselarasan fasilitas fisik: penampilan fasilitas fisik PT.Asuransi Jiwasraya yang sepadan/sebanding dengan jenis jasa yang diberikan

• Rata-rata Kinerja (\bar{X})

• Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$= \frac{379}{100} = 3.79$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$$= \frac{432}{100} = 4.32$$

Rata-rata dari skor rata-rata kinerja dan dari skor rata-rata kepentingan nasabah seluruh factor –faktor yang mempengaruhi:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K}$$

$$\bar{X} = \frac{4 + 3.91 + 3.83 + 3.70 + 3.75 + 3.69 + 3.91 + 3.86 + 3.83 + 3.79 + 3.78 +$$

$$\frac{3.78 + 3.83 + 3.84 + 3.62 + 3.64 + 3.79 + 3.71 + 3.71 + 3.74 + 3.79}{21}$$

$$= \frac{79.5}{21} = 3.78$$

$$\bar{Y} = \frac{4.48 + 4.48 + 4.29 + 4.30 + 4.39 + 4.41 + 4.48 + 4.45 + 4.46 + 4.29 +$$

$$\frac{4.38 + 4.40 + 4.39 + 4.22 + 4.27 + 4.26 + 4.19 + 4.30 + 4.18 + 4.31 + 4.32}{21}$$

$$= \frac{91.25}{21} = 4.34$$

Setelah diolah hasilnya dapat disajikan pada table 4.4 sebagai berikut :

Tabel 4.4
ANALYSIS IPA (IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS)

No	Atribut Jasa Pelayanan (Dimensi Pelayanan)	Performance Kinerja \bar{X}	Importance Kepentingan \bar{Y}
	A. Kehandalan		
1	Kepedulian perusahaan terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah	4.00	4.48
2	Kesesuaian pelaksanaan pelayanan dengan jadwal yang telah disusun.	3.91	4.48
3	Keakuratan penanganan/ pengadministrasian catatan/ dokumen oleh PT. Asuransi.Jiwasraya	3.83	4.29
4	Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan.	3.70	4.30
5	Keandalan PT.Asuransi Jiwasraya dalam penyampaian jasa dari awal hingga akhir	3.75	4.39
	B. Keresponsifan		
6	Kejelasan informasi penyampaian jasa.	3.69	4.41
7	Kesediaan staf/pegawai dalam memberikan layanan yang cepat	3.91	4.48
8	Kesediaan staf/pegawai dalam membantu kesulitan yang dihadapi nasabah	3.86	4.45
9	Keluangan waktu staf/pegawai untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat.	3.83	4.46
	C. Assurance		
10	Kompetensi/kemampuan karyawan.	3.79	4.29
11	Perasaan aman selama berhubungan/berurusan dengan staf/pegawai PT.Asuransi Jiwasraya.	3.78	4.38
12	Kesabaran staf/pegawai dalam memberikan layanan.	3.78	4.40
13	Dukungan PT.Asuransi Jiwasraya kepada staf/pegawai untuk melaksanakan tugasnya dengan baik.	3.83	4.39
	D. Empati		
14	Perhatian PT.Asuransi Jiwasraya secara individu kepada nasabahnya.	3.84	4.22
15	Perhatian personal kepada nasabah oleh staf /pegawai PT.Asuransi	3.62	4.27

	Jiwasraya.		
16	Pemahaman staf/ pegawai PT.Asuransi Jiwasraya akan kebutuhan/perasaan nasabahnya.	3.64	4.26
17	Kesungguhan PT.Asuransi Jiwasraya terhadap kepentingan nasabahnya.	3.79	4.19
	E. Tangible		
18	Kondisi Sumber Daya Manusia : Kerapian penampilan staf/pegawai.	3.71	4.30
19	Kondisi peralatan yang dimiliki : Komputer, telepon, mesin faximile.	3.71	4.18
20	Kondisi kawasan dan gedung : Kenyamanan/kebersihan PT.Asuransi Jiwasraya.	3.74	4.31
21	Keselarasan fasilitas fisik: Penampilan fasilitas fisik PT.Asuransi Jiwasraya yang sepadan/sebanding dengan jenis jasa yang diberikan.	3.79	4.32
	Total Rata-rata	79.5	91.25
	Sumbu (\bar{X}) dan (\bar{Y})	3.78	4.34

Hasil pengukuran atribut-atribut pelayanan diatas berdasarkan tingkat kepentingan nasabah dan kinerja PT.Asuransi Jiwasraya memungkinkan pihak Asuransi untuk dapat menitik beratkan usaha-usaha perbaikan untuk atribut-atribut yang benar-benar dianggap penting saja oleh para nasabah agar dapat memuaskan nasabah.

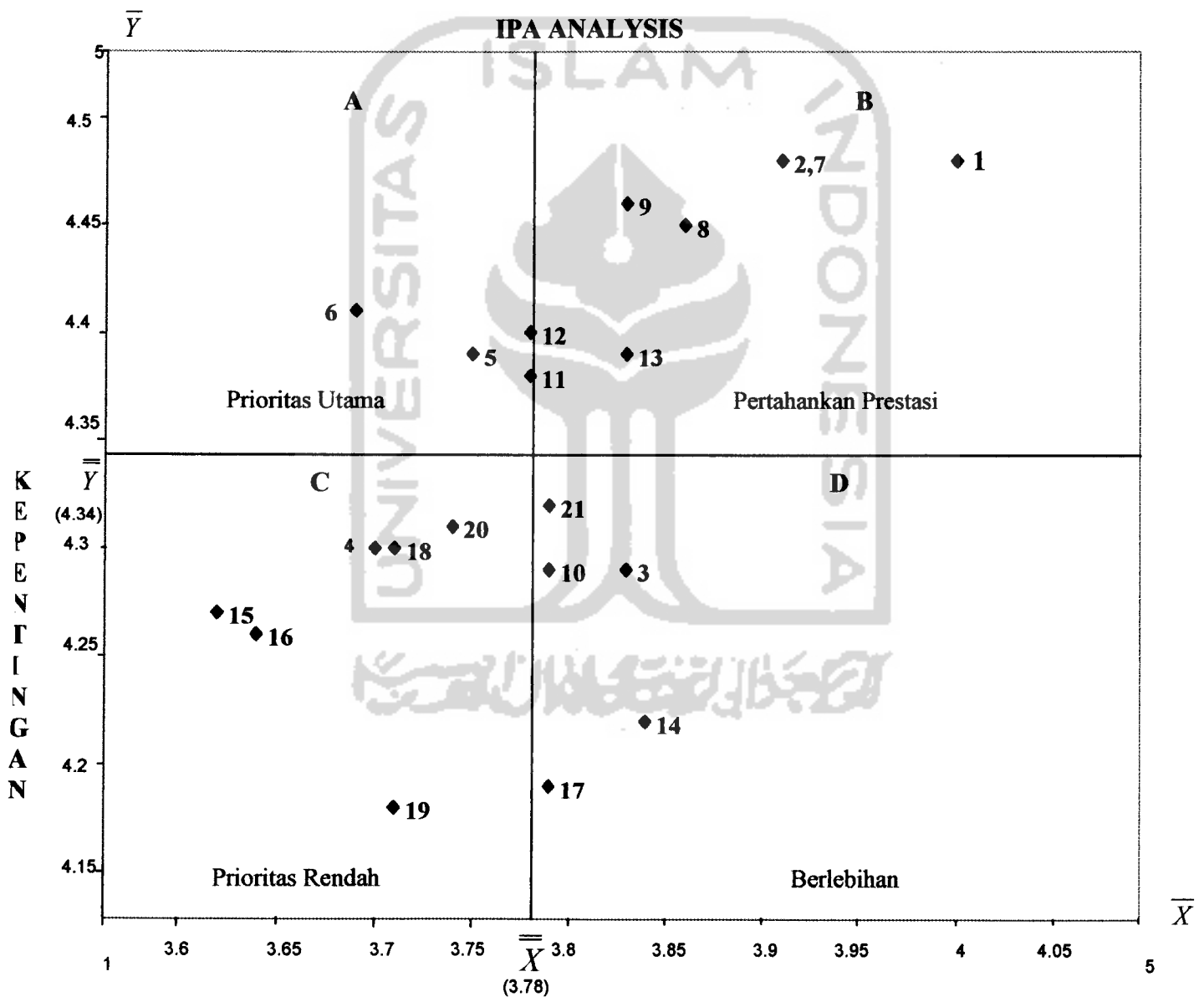
Berdasarkan table diatas akan dianalisis lebih lanjut untuk dua hal yaitu ;

b. Analisis dengan Diagram Kartesius

Setelah mengetahui hasil penelitian tentang kepuasan terhadap berbagai atribut yang dimiliki oleh PT.Asuransi jiwasyaya, selanjutnya dapat diketahui tentang posisi penempatan data yang telah dianalisis tersebut dengan menggunakan diagram kartesius. Diagram Kartesius ini

digunakan untuk melihat posisi tingkat keberadaan nasabah PT.Asuransi Jiwasraya Cabang cikini yang dijabarkan pada masing-masing 4 kuadran atau posisi didalam diagram kartesius, sebagai berikut :

Gambar 4.5.
DIAGRAM KARTESIUS



KINERJA PT.ASURANSI JIWasRAYA CABANG CIKINI

▪ Keterangan :

- Titik (\bar{X}, \bar{Y}):

X1 (4,4.48)	X8 (3.86,4.45)	X15(3.62,4.27)
X2 (3.91,4.48)	X9 (3.83,4.46)	X16(3.64,4.26)
X3 (3.83,4.29)	X10(3.79,4.29)	X17(3.79,4.19)
X4 (3.7,4.3)	X11(3.78,4.38)	X18(3.71,4.3)
X5 (3.75,4.39)	X12(3.78,4.4)	X19(3.71,4.18)
X6 (3.69,4.41)	X13(3.83,4.39)	X20(3.74,4.31)
X7 (3.91,4.48)	X14(3.84,4.22)	X21(3.79,4.32)

- Titik Potong ($\bar{\bar{X}}, \bar{\bar{Y}}$): (3.78,4.34)

Penjabaran Analisis Kuadran Atribut Pelayanan Jasa kepada Nasabah PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini yang dikaitkan dengan analisis dari empat kuadran dalam Diagram Kartesius, berdasarkan pemaparan IPA (Importance-Performance Analysis), yaitu sebagai berikut :

1. Kuadran A (Attention)

Pada diagram diatas menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini berada dalam kuadran ini dan penanganannya perlu diprioritaskan oleh PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini. Karena keberadaan atribut-atribut inilah yang dinilai sangat penting oleh nasabah sedangkan tingkat pelaksanaan kerjanya masih belum memuaskan nasabah.

Beberapa atribut tersebut seharusnya perlu dijadikan prioritas utama bagi manajemen PT.Asuransi Jiwasraya untuk dijadikan kebijakan dalam rangka memberikan pelayanan kepada para nasabahnya. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- Keandalan PT.Asuransi Jiwasraya dalam penyampaian jasa dari awal hingga akhir (5).
- Kejelasan informasi penyampaian jasa (6).
- Petugas memberikan rasa aman selama berhubungan/berurusan dengan nasabahnya (11).
- Kesabaran petugas dalam memberikan layanan (12).

Atribut 11 dan 12 berada di tengah-tengah antara kuadran A dan B. Karena kuadran A memiliki kinerja yang kurang dan kuadran B memiliki kinerja baik, sehingga kedua atribut tersebut akan dimasukkan ke dalam kuadran A. Dikarenakan untuk berjaga-jaga agar perusahaan tidak merasa puas dahulu terhadap atribut 11 dan 12. Atribut 11 dan 12 dimasukan di dalam kuadran A, agar perusahaan termotivasi untuk memperbaiki kinerjanya dan dapat memuaskan nasabah.

2. Kuadran B (Bravo)

Pada diagram kartesius menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan. Karena pada umumnya tingkat pelaksanaan kinerjanya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan nasabah, sehingga dapat memuaskan nasabah. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- Perusahaan selalu peduli terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah (1).

- Kesesuaian pelaksanaan pelayanan dengan jadwal yang telah disusun (2).
- Kesiediaan petugas dalam memberikan layanan yang cepat (7).
- Kesiediaan petugas dalam membantu kesulitan yang dihadapi nasabah (8).
- Keluangan waktu petugas untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat (9).
- Dukungan PT. Asuransi Jiwasraya kepada staf/pegawai untuk melaksanakan tugasnya dengan baik (13).

Untuk itu perusahaan harus dapat mempertahankan kinerjanya dan sewaktu-waktu kinerja dapat ditingkatkan agar kepuasan nasabah dapat lebih terpuaskan.

3. Kuadran C (Cut or Communication)

Pada diagram kartesius menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini berada dalam kuadran ini dinilai masih dianggap kurang penting bagi pelanggan. Sedangkan kualitas pelaksanaannya atau kinerjanya biasa atau cukup saja. Atribut-atribut yang termasuk di dalam kuadran ini adalah :

- Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan (4).
- Perhatian personal kepada nasabah oleh staf /pegawai PT. Asuransi Jiwasraya (15).

- Pemahaman staf/pegawai PT.Asuransi Jiwasraya akan kebutuhan/perasaan nasabahnya (16).
- Kerapian dan penampilan staf/pegawai (18).
- Jumlah peralatan yang dimiliki : Komputer, telepon, mesin faximile (19).
- Kenyamanan dan kebersihan gedung PT.Asuransi Jiwasraya (20).

Atribut-atribut yang berada di dalam kuadran ini walaupun nasabah menganggap tidak penting, perusahaan jangan langsung membuang atau menghilangkan atribut tersebut. Tetapi perusahaan harus bisa meningkatkan atribut-atribut tersebut karena sewaktu-waktu perilaku nasabah dapat berubah.

4. Kuadran D (Don't Worry be Happy)

Pada diagram kartesius menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaan kinerjanya, hal ini terutama disebabkan karena nasabah menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor atau atribut tersebut, akan tetapi pelaksanaan kinerjanya dilakukan dengan baik sekali oleh perusahaan, sehingga sangat memuaskan tetapi menjadi mahal. Atribut-atribut yang termasuk didalam kuadran ini adalah :

- Keakuratan penanganan/ pengadministrasian catatan/ dokumen oleh PT. Asuransi Jiwasraya (3).
- Kompetensi/kemampuan karyawan (10).

- Perhatian PT.Asuransi Jiwasraya secara individu kepada nasabahnya (14).
- Kesungguhan PT.Asuransi Jiwasraya terhadap kepentingan nasabahnya (17).
- Keselarasan fasilitas fisik: Penampilan fasilitas fisik PT.Asuransi Jiwasraya yang sepadan/sebanding dengan jenis jasa yang diberikan (21).

Walaupun atribut yang berada didalam kuadran ini tidak terlalu penting dan kinerja perusahaan sangat tinggi akan tetapi menjadi mahal. Perusahaan harus dapat mengurangi tingkat kinerjanya dan dapat mempertahankan faktor atau atribut tersebut. Sehingga tidak melampaui batas kepentingan nasabah.

c. Analisis Baik Buruknya Kinerja atas dasar Hasil Jawaban

Responden

Berdasarkan hasil tabulasi yang disajikan di tabel dapat diketahui tentang baik dan buruknya kinerja kualitas pelayanan di PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini.

Untuk memberi kategori baik atau buruk digunakan skala interval sebagai berikut :

- Nilai tertinggi jawaban adalah 5.
- Nilai terendah jawaban adalah 1.
- Interval = $\frac{5-1}{5} = 0.8$

Interval	Kategori
1.00 – 1.79	Sangat tidak baik
1.80 – 2.59	Tidak baik
2.60 – 3.39	Cukup baik
3.40 – 4.19	Baik
4.20 – 5.00	Sangat baik

Tabel 4.6.

**PENILAIAN TINGKAT KINERJA PT.ASURANSI JIWASRAYA CABANG
CIKINI BERDASARKAN HASIL SKOR ANALISIS IPA**

No	Atribut Jasa Pelayanan (Dimensi Pelayanan)	Skor Rata-rata Kinerja	Kategori
	A. Keandalan		
1	Kepedulian perusahaan terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah	4.00	Baik
2	Kesesuaian pelaksanaan pelayanan dengan jadwal yang telah disusun.	3.91	Baik
3	Keakuratan penanganan/ pengadministrasian catatan/ dokumen oleh PT. Asuransi Jiwasraya	3.83	Baik
4	Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan.	3.70	Baik
5	Keandalan PT. Asuransi Jiwasraya dalam penyampaian jasa dari awal hingga akhir	3.75	Baik
	B. Keresponsifan		
6	Kejelasan informasi penyampaian jasa.	3.69	Baik
7	Kesediaan staf/pegawai dalam memberikan layanan yang cepat	3.91	Baik
8	Kesediaan staf/pegawai dalam membantu kesulitan yang dihadapi nasabah	3.86	Baik
9	Keluangan waktu staf/pegawai untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat.	3.83	Baik
	C. Assurance		
10	Kompetensi/kemampuan karyawan.	3.79	Baik
11	Perasaan aman selama berhubungan/berurusan dengan staf/pegawai PT. Asuransi Jiwasraya.	3.78	Baik
12	Kesabaran staf/pegawai dalam memberikan layanan.	3.78	Baik

13	Dukungan PT.Asuransi Jiwasraya kepada staf/pegawai untuk melaksanakan tugasnya dengan baik.	3.83	Baik
	D. Empati		
14	Perhatian PT.Asuransi Jiwasraya secara individu kepada nasabahnya.	3.84	Baik
15	Perhatian personal kepada nasabah oleh staf /pegawai PT.Asuransi Jiwasraya.	3.62	Baik
16	Pemahaman staf/ pegawai PT.Asuransi Jiwasraya akan kebutuhan/perasaan nasabahnya.	3.64	Baik
17	Kesungguhan PT.Asuransi Jiwasraya terhadap kepentingan nasabahnya.	3.79	Baik
	E. Tangible		
18	Kondisi Sumber Daya Manusia : Kerapian penampilan staf/pegawai.	3.71	Baik
19	Kondisi peralatan yang dimiliki : Komputer, telepon, mesin faximile.	3.71	Baik
20	Kondisi kawasan dan gedung : Kenyamanan/kebersihan PT.Asuransi Jiwasraya.	3.74	Baik
21	Keselarasan fasilitas fisik: Penampilan fasilitas fisik PT.Asuransi Jiwasraya yang sepadan/sebanding dengan jenis jasa yang diberikan.	3.79	Baik
	Total Rata-rata	79.5	

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dikatakan bahwa tingkat kinerja PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini pada umumnya adalah baik.

Hasil pengukuran diatas diharapkan dapat membantu PT.Asuransi Jiwasraya agar mampu menitikberatkan berbagai usaha perbaikan untuk berbagai pemikiran dan pembenahan yang dianggap lebih penting bagi pelayanan nasabah, sehingga nasabah asuransi dapat mencapai kepuasan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisa data dapat disampaikan kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Hasil penelitian kepuasan nasabah PT.Asuransi Jiwasraya terhadap atribut-atribut kinerja pelayanan Jasa PT.Asuransi Jiwasraya menunjukkan bahwa nasabah belum merasa puas. Hal ini dapat dilihat dari prosentase hasil analisis dengan nilai rasio yang dicapai kurang dari 100%, yaitu hanya sebesar 87.26% yang menunjukkan bahwa tingkat kinerja pelayanan masih lebih rendah jika dibanding dengan tingkat kepentingan nasabah ($T_k < 1$). Sehingga nasabah belum merasa puas terhadap pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini.
2. Berdasarkan analisis data dapat diketahui bahwa prosentase tingkat kesesuaian antara variabel kinerja dan variabel kepentingan terhadap kualitas pelayanan dapat dijelaskan sebagai berikut:
 - a. Pada atribut keandalan dapat diketahui bahwa prosentase kesesuaian variabel kinerja dengan variabel kepentingan nasabah terhadap kualitas pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini adalah sebesar 88.06%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini kepada nasabahnya

- ditinjau dari atribut keandalan tidak memuaskan, karena tingkat kepentingan nasabah lebih besar dari tingkat kinerja perusahaan.
- b. Pada atribut Keresponsifan dapat diketahui bahwa prosentase kesesuaian variabel kinerja pelayanan dengan variabel kepentingan nasabah terhadap kualitas kinerja pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini adalah sebesar 85.89%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini kepada nasabahnya ditinjau dari atribut keresponsifan tidak dapat memuaskan nasabah, karena tingkat kepentingan nasabah lebih besar dari tingkat kinerja pelayanan perusahaan.
- c. Pada atribut assurance (jaminan) dapat diketahui bahwa prosentase kesesuaian variabel kinerja dengan variabel kepentingan nasabah terhadap kualitas pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini adalah sebesar 86.94%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini kepada nasabahnya ditinjau dari atribut assurance tidak dapat memuaskan nasabah, karena tingkat kepentingan nasabah lebih besar dari tingkat kinerja perusahaan.
- d. Pada atribut empati dapat diketahui bahwa prosentase kesesuaian variabel kinerja dengan variabel kepentingan nasabah terhadap kualitas pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini adalah sebesar 87.89%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini kepada nasabahnya

ditinjau dari atribut empati tidak dapat memuaskan nasabah atau belum memuaskan, karena tingkat kepentingan nasabah lebih besar dari tingkat kinerja perusahaan.

- e. Pada atribut tangible dapat diketahui bahwa prosentase kesesuaian variabel kinerja dengan variabel kepentingan nasabah terhadap kualitas pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini adalah sebesar 87.36%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini kepada nasabahnya ditinjau dari atribut koresponsifan tidak dapat memuaskan nasabah, karena tingkat kepentingan nasabah lebih besar dari tingkat kinerja perusahaan.
3. Berdasarkan analisis IPA dengan menggunakan diagram Kartesius dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian sebagai berikut:
 - a. Pada kuadran A, yaitu atribut jasa yang sangat penting bagi nasabah, tetapi perusahaan belum melaksanakan sesuai dengan keinginan nasabah. Sehingga harus menjadi prioritas utama sebagai pijakan pihak manajemen PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini untuk meningkatkan kinerjanya agar tercapai kepuasan nasabahnya, terdiri atas atribut:
 - Keandalan PT.Asuransi Jiwasraya dalam penyampaian jasa dari awal hingga akhir.
 - Kejelasan informasi penyampaian jasa.

- Petugas memberikan rasa aman selama berhubungan/berurusan dengan nasabahnya.
 - Kesabaran petugas dalam memberikan layanan.
- b. Pada kuadran B, yaitu atribut jasa yang dianggap penting oleh nasabah dan telah dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini dengan baik dan dapat memberikan kepuasan kepada nasabahnya. Sehingga pihak manajemen PT. Asuransi Cabang Cikini wajib mempertahankan prestasi kinerjanya, terdiri atas atribut:
- Perusahaan selalu peduli terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah.
 - Kesesuaian pelaksanaan pelayanan dengan jadwal yang telah disusun.
 - Kesiediaan petugas dalam memberikan layanan yang cepat.
 - Kesiediaan petugas dalam membantu kesulitan yang dihadapi nasabah.
 - Keluasan waktu petugas untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat.
 - Dukungan PT. Asuransi Jiwasraya kepada staf/pegawai untuk melaksanakan tugasnya dengan baik
- c. Pada kuadran C, yaitu atribut jasa yang memang memiliki prioritas rendah dan dianggap kurang penting oleh nasabah asuransi. Dimana

pihak PT.Asuransi Jiwasraya juga menjalankannya secara biasa saja.

Tetapi perlu juga untuk ditingkatkan kinerjanya, terdiri atas atribut:

- Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan.
- Perhatian personal kepada nasabah oleh staf /pegawai PT.Asuransi Jiwasraya.
- Pemahaman staf/pegawai PT.Asuransi Jiwasraya akan kebutuhan/perasaan nasabahnya.
- Kerapian dan penampilan staf/pegawai.
- Jumlah peralatan yang dimiliki : Komputer, telepon, mesin faximile.
- Kenyamanan dan kebersihan gedung PT.Asuransi Jiwasraya.

d. Pada kuadran D, yaitu atribut jasa yang dianggap kurang penting bagi nasabahnya tetapi telah dijalankan oleh pihak PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini dengan sangat baik, akan tetapi dijalankan dengan amat berlebihan. Sehingga kinerja perlu dikurangi, terdiri atas atribut :

- Keakuratan penanganan/ pengadministrasian catatan/ dokumen oleh PT. Asuransi Jiwasraya.
- Kompetensi/kemampuan karyawan.
- Perhatian PT.Asuransi Jiwasraya secara individu kepada nasabahnya.
- Kesungguhan PT.Asuransi Jiwasraya terhadap kepentingan nasabahnya.

- Keselarasan fasilitas fisik: Penampilan fasilitas fisik PT.Asuransi Jiwasraya yang sepadan/sebanding dengan jenis jasa yang diberikan.

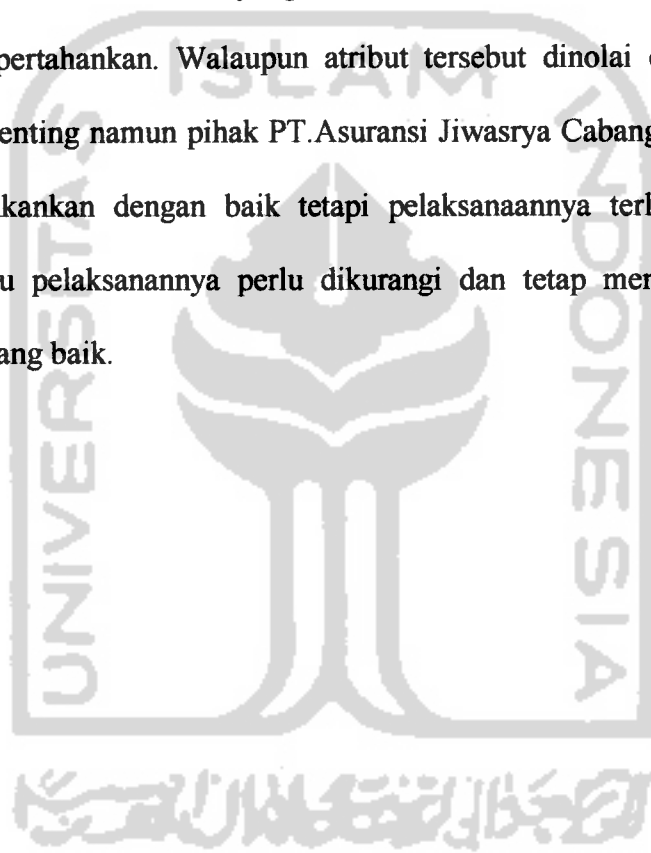
5.2. Saran

1. Berdasarkan hasil kesimpulan dapat diketahui bahwa ada beberapa atribut yang seharusnya mendapat prioritas utama (kuadran A) dari pihak PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Cikini untuk meningkatkan kepuasan nasabahnya. Karena itu perusahaan harus mengambil strategi-strategi kebijakan dengan usaha perbaikan dan pembenahan yang dianggap lebih penting bagi pelayanan nasabah asuransi dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Sehingga dapat sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah dan nasabah dapat merasa puas. Atribut-atribut tersebut yaitu :
 - a. Petugas asuransi harus memiliki kehandalan dan wawasan dalam penyampaian jasa dari awal sampai akhir, disaat nasabah membutuhkan asuransi apa yang sesuai untuk membantu permasalahan nasabah. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan dan memberikan pendidikan-pendidikan tentang asuransi bagi karyawannya baik diadakan ssecara internal maupun eksternal dan terutama pada karyawan yang terlibat langsung dengan nasabahnya.
 - b. Petugas asuransi harus memberikan informasi penyampaian jasa dengan jelas dan akurat. Agar tidak terjadi kesalah pahaman dan karagu-raguan pada nasabahnya dan perlu juga dipikirkan adanya semacam Sistem Informasi Kualitas Jasa/Produk pada PT.Asuransi

Jiwasraya yang berguna untuk membantu memfokuskan peningkatan kualitas jasa dan alokasi sumber daya yang ada.

- c. Petugas harus memberikan rasa aman selama berhubungan atau berurusan dengan nasabah disaat penyampaian jasa pada nasabahnya. Jadi petugas tidak boleh membedakan nasabah yang satu dengan yang lainnya terutama hanya memandang dari penampilannya. Sehingga perlu adanya membangun komitmen bersama tentang falsafah kepuasan pelnggan dan komitmen ini diinformasikan keseluruh anggota organisasi.
 - d. Petugas harus bersikap sabar dalam memberikan layanan kepada nasabahnya pada sat sebelum pelayanan dan sesudah pelayanan. Selain itu perusahaan juga bisa mengembangkan dan menerapkan *countable marketing* (perusahaan menghubungi nasabah setelah pembelian, untuk mengetahui kepentingan dengan kenyataan yang mereka terima), *proactive* (perusahaan secara rutin menghubungi nasabah bila dimungkinkan ada keluhan atau saran-saran dari pelanggan).
2. Selain itu pihak asuransi harus mempertahankan atribut-atribut yang berada pada kuadran B, karena atribut tersebut dianggap penting oleh nasabah dan dari pihak PT.Asuransi Jiwasraya telah melaksanakannya dengan baik. Sehingga perusahaan harus tetap bisa mempertahankannya dan sewaktu-waktu bias lebih ditingkatkan.

3. Atribut pada kuadran C harus bisa ditingkatkan, walaupun atribut-atribut tersebut kurang penting untuk diprioritaskan. Jangan sampai atribut tersebut dihilangkan karena perilaku nasabah sewaktu-waktu bias berubah mengikuti perkembangan yang terjadi.
4. Sedangkan untuk atribut yang berada di kuadran D, sebaiknya juga harus dipertahankan. Walaupun atribut tersebut dinilai oleh nasabah kurang penting namun pihak PT.Asuransi Jiwasrya Cabang Cikini telah menjalankannya dengan baik tetapi pelaksanaannya terlalu berlebih. Untuk itu pelaksanaannya perlu dikurangi dan tetap mempertahankan kinerja yang baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Adinata. (2004). *Analisa Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Jasa Bengkel Sentral Perdana Montor Magetan*. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Bilson Simamora.(2001).*Remarketing Business For Recovery;Sebuah Pendekatan riset*. Jakarta :Gramedia Pustaka.
- Edi Sutarta. (2001). “Prospek Pengembangan Industri Asuransi Jiwa di Indonesia”. *Kajian Bisnis*, no.23 (Agustus), 61-76.
- Fandy Tjiptono. (1997). *Strategi Pemasaran* .edisi II. Yogyakarta: Andi ofset.
- Fandy Tjiptono. (1996). *Totally Quality Service*. edisi II. Yogyakarta: Andi ofset.
- J. Supranto. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: rineka cipta.
- Muh Awal Satrio Nugroho. (2001). “Selayang Pandang Industri Asuransi Indonesia”. *Kajian Bisnis*, No.23 (Agustus),103-109.
- Nur Indriantoro, Bambang Supono. (1999). *Metodologi Penelitian Bisnis : Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi I . Yogyakarta: BPFE.
- Philip Kotler. (1997). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol* . edisi Indonesia, jilid I & II. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Rambat Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik*. edisi I. Jakarta: salemba empat.

- Retno. (2004). *Analisa Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan PT. Telkom Cabang Klaten*. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Saifudin Azwar. (2003). *Reliabilitas dan Validitas*. edisi III. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sauptika Kancana. (2005). "Kualitas, Value, dan Kepuasan Pelanggan (dalam perspektif industri jasa)". *Administrasi Bisnis*, vol.2, no.1(juli),33-40.
- Sigit Haryono. (2005). "Kualitas Pelayanan Sebagai daya Saing Bagi Perusahaan Jasa". *Administrasi Bisnis*, vol.1, no.2(Januari),8-14.
- Suci Utami. (2001). "Menciptakan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan". *Kajian Bisnis*, no.23(Agustus),15-24.
- Sugiono dan Eri wibowo. (2004). *Statistik untuk Penelitian dan Aplikasinya dengan SPSS 10.0*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (1999). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Teddy Pawitra. (1993). "Kepuasan Pelanggan sebagai Keunggulan Daya Saing : Konsep, Pengukuran dan Implikasi Stratejik". *Manajemen Prasetya Mulya*, Vol. I, no.1,1-9.



Kepada Yth :

Bpk / Ibu / Sdr. / I

Nasabah Asuransi Jiwasraya

Cabang Cikini Jakarta Pusat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP KINERJA PELAYAN PADA PT. ASURANSI JIWASRAYA”. Kami mohon bantuan dari bpk / ibu / sdr / i untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuesioner yang berhubungan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Asuransi Jiwasraya. Untuk itu sudilah kiranya bpk / ibu / sdr / i untuk mengisi daftar pertanyaan ini dengan sejujur-jujurnya.

Dalam penelitian ini kami tidak mempunyai maksud dan tujuan apapun dibalik pengisian pertanyaan tersebut, kecuali kepentingan ilmiah dan hanya sebagai sarana untuk penulisan skripsi.

Atas segala kesediaan dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

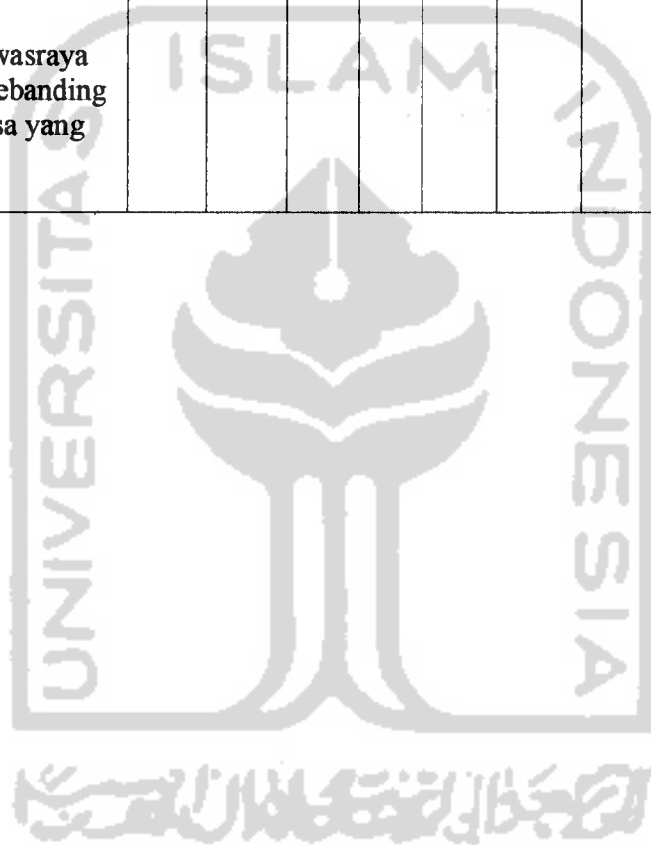
Yogyakarta, Januari 2006

Hormat Peneliti,

Dwi Rina

Mahasiswi UII

No	PERTANYAAN	TINGKAT KEPENTINGAN					TINGKAT KINERJA					
		STP	TP	CP	P	SP	STB	TB	CB	B	SB	
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
2.	Kondisi peralatan yang dimiliki : Komputer, telepon, mesin faximile.											
3.	Kondisi kawasan dan gedung : Kenyamanan/kebersihan PT. Asuransi Jiwasraya.											
4.	Keselarasan fasilitas fisik: Penampilan fasilitas fisik PT. Asuransi Jiwasraya yang sepadan/sebanding dengan jenis jasa yang diberikan.											



Daftar Mentah Jawaban Responden Penelitian atas Variabel Kinerja PT. Asuransi Jiwasraya

No. Resp.	Jawaban Pertanyaan No. 1 - 21																					Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
1	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	3	5	3	4	3	3	5	85
2	3	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	3	4	4	2	3	4	3	3	3	76
3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	92
4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	86
5	5	5	3	4	4	4	5	3	4	5	3	5	5	4	3	5	3	3	3	4	4	84
6	4	4	4	3	4	3	5	5	3	4	5	3	3	4	5	4	5	3	4	4	4	83
7	2	4	3	2	4	3	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	5	75
8	4	4	4	4	4	2	2	3	1	2	1	1	1	3	4	3	4	4	5	4	4	64
9	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	95
10	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	3	3	4	3	4	4	3	5	3	83
11	4	3	3	3	3	4	4	4	5	3	5	5	4	3	3	4	3	4	2	4	3	76
12	5	3	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	4	3	5	3	5	4	4	89
13	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	5	5	4	3	5	5	5	84
14	4	4	4	3	4	4	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	3	5	90
15	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	93
16	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	5	3	4	4	5	5	5	4	4	91
17	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	5	3	3	4	4	79
18	5	4	5	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	5	5	4	86
19	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	3	3	5	5	4	4	5	85
20	4	5	4	3	3	5	4	4	4	3	5	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	87
21	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	5	5	4	3	3	3	5	4	3	4	4	80
22	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	5	92
23	3	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	76
24	4	5	5	4	5	3	4	3	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	5	84
25	5	4	5	3	3	3	5	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	87
26	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4	4	5	3	3	5	3	5	4	4	3	3	80
27	2	2	3	3	2	2	1	2	2	3	3	2	3	2	1	1	2	1	3	2	2	44

92	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	87
93	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	1	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	1	51
94	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	93	
95	3	4	3	4	4	3	4	3	3	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	76	
96	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	4	5	3	3	4	4	4	4	4	3	77	
97	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4	3	5	3	2	4	2	4	4	74	
98	5	4	4	4	4	4	5	3	5	3	4	4	5	5	3	3	2	4	4	3	3	4	5	4	84	
99	3	2	3	3	4	2	4	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	54	
100	4	5	5	3	3	5	5	4	4	5	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	80	
Jumlah	400	391	383	370	375	369	391	386	383	379	378	378	378	383	384	362	364	379	371	371	374	379	374	379	7950	



Data Mentah Jawaban Responden Penelitian atas Variabel Kepentingan Nasabah PT. Asuransi Jiwasraya

No. Resp.	Jawaban Pertanyaan No. 1 - 21																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	Jawaban
1	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	95
2	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	94
3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	102
4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	87
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	99
6	4	5	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	90
7	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	89
8	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	87
9	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	102
10	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	87
11	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	92
12	4	4	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	95
13	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	4	93
14	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	91
15	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	101
16	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	5	92
17	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	91
18	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	5	93
19	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	92
20	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	90
21	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4	4	5	90
22	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	101
23	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	95
24	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	97
25	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	94
26	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	94
27	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	5	3	3	3	3	4	4	3	4	3	76

28	4	3	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	91
29	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	88
30	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	98
31	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
32	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	5	5	4	4	5	5	4	4	5	97
33	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	94	
34	5	5	3	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	90
35	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	73	
36	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	85	
37	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	91	
38	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	
39	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	96	
40	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	90	
41	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	90	
42	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	95	
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	81	
44	5	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	93	
45	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	97	
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	89	
47	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92	
48	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	89	
49	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92	
50	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	91	
51	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	86	
52	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	76	
53	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90	
54	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	98	
55	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	94	
56	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	99	
57	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	95	
58	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	5	91	
59	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	97	

92	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	5	4	88
93	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	78
94	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	93
95	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	94
96	5	4	5	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	92
97	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	5	5	5	4	95
98	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	91
99	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	71
100	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	93
Jawaban	448	433	429	430	439	441	448	445	446	429	438	440	439	422	427	426	419	430	418	431	432	9110



Kinerja keandalan (X1)

Correlations

		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5
1	Pearson Correlation	1.000	.445**	.445**	.458**	.316**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.001
	N	100	100	100	100	100
2	Pearson Correlation	.445**	1.000	.518**	.365**	.415**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
3	Pearson Correlation	.445**	.518**	1.000	.412**	.406**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
4	Pearson Correlation	.458**	.365**	.412**	1.000	.337**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.001
	N	100	100	100	100	100
5	Pearson Correlation	.316**	.415**	.406**	.337**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.001	.
	N	100	100	100	100	100

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

X1

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
1	15.1900	5.7514	.5590	.3295	.7337
2	15.2800	5.4764	.5881	.3641	.7238
3	15.3600	5.8287	.6068	.3748	.7188
4	15.4900	5.9898	.5210	.2868	.7464
5	15.4400	6.2085	.4841	.2447	.7578

Reliability Coefficients 5 items

Alpha = .7776

Standardized item alpha = .7778

Kinerja koresponsifan (X2)

Correlations

		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4
1	Pearson Correlation	1.000	.513**	.430**	.541**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
2	Pearson Correlation	.513**	1.000	.540**	.522**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
3	Pearson Correlation	.430**	.540**	1.000	.466**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
4	Pearson Correlation	.541**	.522**	.466**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

X2

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
1	11.6000	5.3333	.6057	.3761	.7547
2	11.3800	4.8844	.6486	.4249	.7321
3	11.4300	5.3183	.5798	.3493	.7659
4	11.4600	4.6954	.6250	.3975	.7461

Reliability Coefficients 4 items

Alpha = .8002

Standardized item alpha = .8012

Kinerja Assurance (X3)

Correlations

		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4
1	Pearson Correlation	1.000	.520**	.436**	.363**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
2	Pearson Correlation	.520**	1.000	.494**	.378**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
3	Pearson Correlation	.436**	.494**	1.000	.509**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
4	Pearson Correlation	.363**	.378**	.509**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

X3

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
1	11.3900	5.7555	.5490	.3243	.7196
2	11.4000	5.2525	.5852	.3665	.6985
3	11.4000	4.7475	.6138	.3844	.6834
4	11.3500	5.5833	.5209	.2920	.7323

Reliability Coefficients 4 items

Alpha = .7652

Standardized item alpha = .7660

Kinerja Empati (X4)

Correlations

		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4
1	Pearson Correlation	1.000	.497**	.508**	.409**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
2	Pearson Correlation	.497**	1.000	.510**	.388**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
3	Pearson Correlation	.508**	.510**	1.000	.334**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.001
	N	100	100	100	100
4	Pearson Correlation	.409**	.388**	.334**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.
	N	100	100	100	100

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

X4

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
1	11.0500	5.0581	.6061	.3693	.6757
2	11.2700	4.8860	.5961	.3607	.6780
3	11.2500	4.6136	.5707	.3511	.6935
4	11.1000	5.3838	.4573	.2185	.7513

Reliability Coefficients 4 items

Alpha = .7574

Standardized item alpha = .7592

Kinerja Tangible (X5)

Correlations

		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4
1	Pearson Correlation	1.000	.448**	.452**	.516**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
2	Pearson Correlation	.448**	1.000	.525**	.587**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
3	Pearson Correlation	.452**	.525**	1.000	.481**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
4	Pearson Correlation	.516**	.587**	.481**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

X5

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
1	11.2400	5.3358	.5691	.3315	.7719
2	11.2400	4.6893	.6440	.4302	.7361
3	11.2100	5.3797	.5908	.3531	.7627
4	11.1600	4.6812	.6583	.4412	.7283

Reliability Coefficients 4 items

Alpha = .8008

Standardized item alpha = .8009

Kepentingan Keandalan (Y1)

Correlations

		Item 1	Item2	Item 3	Item 4	Item 5
1	Pearson Correlation	1.000	.370**	.358**	.395**	.310**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.002
	N	100	100	100	100	100
2	Pearson Correlation	.370**	1.000	.275**	.376**	.301**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.006	.000	.002
	N	100	100	100	100	100
3	Pearson Correlation	.358**	.275**	1.000	.289**	.390**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.	.004	.000
	N	100	100	100	100	100
4	Pearson Correlation	.395**	.376**	.289**	1.000	.268**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.	.007
	N	100	100	100	100	100
5	Pearson Correlation	.310**	.301**	.390**	.268**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.000	.007	.
	N	100	100	100	100	100

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

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Y1

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
1	17.3100	2.8625	.5136	.2694	.6488
2	17.4600	2.9176	.4682	.2287	.6670
3	17.5000	3.0000	.4625	.2317	.6695
4	17.4900	2.8585	.4693	.2366	.6669
5	17.4000	2.9293	.4432	.2145	.6774

Reliability Coefficients 5 items

Alpha = .7137

Standardized item alpha = .7143

Kepentingan Keresponsifan (Y2)

Correlations

		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4
1	Pearson Correlation	1.000	.367**	.294**	.312**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.003	.002
	N	100	100	100	100
2	Pearson Correlation	.367**	1.000	.485**	.352**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
3	Pearson Correlation	.294**	.485**	1.000	.406**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
4	Pearson Correlation	.312**	.352**	.406**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Y2

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
1	13.3900	1.8565	.4162	.1794	.6794
2	13.3200	1.6541	.5371	.3048	.6044
3	13.3500	1.7045	.5280	.3034	.6112
4	13.3400	1.7822	.4645	.2215	.6507

Reliability Coefficients 4 items

Alpha = .7012

Standardized item alpha = .7007

Kepentingan Assurance (Y3)

Correlations

		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4
1	Pearson Correlation	1.000	.467**	.267**	.297**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.007	.003
	N	100	100	100	100
2	Pearson Correlation	.467**	1.000	.476**	.474**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
3	Pearson Correlation	.267**	.476**	1.000	.447**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
4	Pearson Correlation	.297**	.474**	.447**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

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

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Y3

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
1	13.1700	2.4052	.4322	.2259	.7229
2	13.0800	1.8723	.6307	.4008	.6068
3	13.0600	2.1782	.5148	.2907	.6796
4	13.0700	2.1264	.5274	.2934	.6724

Reliability Coefficients 4 items

Alpha = .7339

Standardized item alpha = .7311

Kepentingan Empati (Y4)

Correlations

		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4
1	Pearson Correlation	1.000	.410**	.367**	.415**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
2	Pearson Correlation	.410**	1.000	.446**	.397**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
3	Pearson Correlation	.367**	.446**	1.000	.333**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.001
	N	100	100	100	100
4	Pearson Correlation	.415**	.397**	.333**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.
	N	100	100	100	100

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Y4

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
1	12.7200	2.2036	.5156	.2679	.6588
2	12.6700	2.0011	.5471	.3031	.6384
3	12.6800	2.1996	.4922	.2525	.6716
4	12.7500	2.1288	.4898	.2469	.6736

Reliability Coefficients 4 items

Alpha = .7222

Standardized item alpha = .7226

Kepentingan Tangibel (Y5)

Correlations

		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4
1	Pearson Correlation	1.000	.505**	.491**	.227*
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.023
	N	100	100	100	100
2	Pearson Correlation	.505**	1.000	.379**	.493**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
3	Pearson Correlation	.491**	.379**	1.000	.237*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.018
	N	100	100	100	100
4	Pearson Correlation	.227*	.493**	.237*	1.000
	Sig. (2-tailed)	.023	.000	.018	.
	N	100	100	100	100

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

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Y5

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
1	12.8100	2.3575	.5387	.3622	.6394
2	12.9300	2.0860	.6204	.4149	.5837
3	12.8000	2.4242	.4723	.2684	.6780
4	12.7900	2.5716	.4046	.2483	.7155

Reliability Coefficients 4 items

Alpha = .7193

Standardized item alpha = .7177

