

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Jasa Asuransi Pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin

Ihya Ulumiddina

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin
e010318049@mahasiswa.poliban.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality (X1) simultaneously, partially and dominantly on customer loyalty insurance services at PT. Banjarmasin Sharia Askrida Insurance. This study uses a quantitative type of research. The population in this study was 1300 people. Sampling using the solvin method as many as 100 respondents. Collecting data using questionnaires, observations, and interviews. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using SPSS software version 20 for windows. The results showed that (1) the service quality variable had a simultaneous effect on changes in the customer loyalty variable (Y) was 79% while the remaining 21% was influenced by other factors not included in the scope of research at PT. Banjarmasin Sharia Askrida Insurance. (2) the service quality variable has a partial effect on customer loyalty in insurance services at PT. Askrida Syariah Banjarmasin Insurance with a Tangible variable T value (X1) of 2.048, Reliability (X2) of 2.280, Responsiveness (X3) of 2.014, Assurance (X4) of 0.542, Empathy (X5) of 6.318. (3) among the service quality variables the most dominant is the empathy variable (X5) with the largest regression coefficient value of 0.519 or 51.9%.

Keywords : *Service Quality, Customer Loyalty*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X1) secara simultan, parsial dan dominan terhadap loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan penelitian jenis kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 1300 orang. Pengambilan sampel menggunakan metode solvin sebanyak 100 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi, dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda menggunakan software SPSS versi 20 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) variabel kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap perubahan variabel loyalitas nasabah (Y) adalah 79% sedangkan sisanya 21% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam lingkup penelitian pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin. (2) variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin dengan nilai Thitung variabel Tangible (X1) sebesar 2,048, Reliability (X2) sebesar 2,280, Responsiveness(X3) sebesar 2,014, Assurance(X4) sebesar 0,542, Empathy(X5) sebesar 6,318. (3) di antara variabel kualitas pelayanan yang paling dominan adalah variabel empathy(X5) dengan nilai koefisien regresi yang paling besar yaitu 0,519 atau 51,9%.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah.*

1. PENDAHULUAN

Dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, konsumsi komoditas selain kebutuhan pokok seperti pangan, sandang, papan, juga meningkat. Menurut hirarki kebutuhan Maslow (1994), terdapat lima kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial kebutuhan penghargaan dan kebutuhan realisasi diri. Kehidupan manusia tidak terlepas dari berbagai resiko yang dapat menimbulkan kerugian. Meski ada banyak cara untuk menghadapi resiko, asuransi merupakan metode yang paling banyak digunakan. Asuransi menjanjikan untuk melindungi tertanggung dari resiko yang dihadapi individu dan resiko yang dihadapi perusahaan.

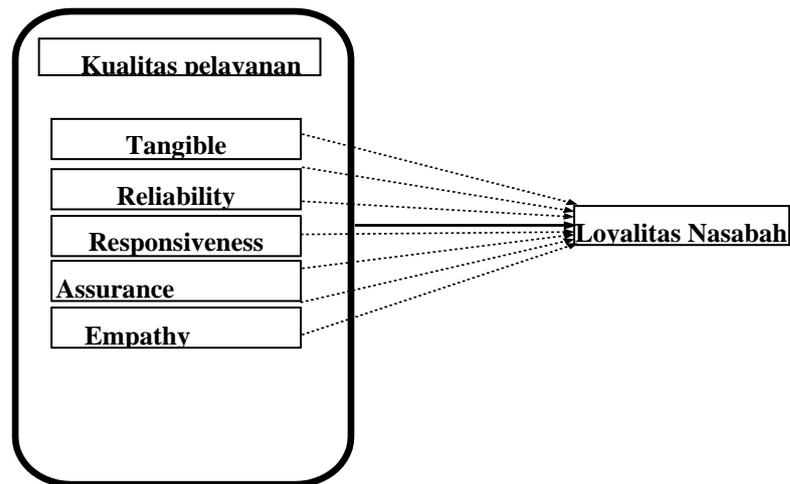
PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin adalah perusahaan yang melakukan usaha di bidang asuransi umum dan sejenisnya dengan berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya perseroan untuk menghasilkan jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat untuk mendapatkan keuntungan guna meningkatkan nilai perseroan. Perusahaan yang beralamat di jalan Lambung Mangkurat No.48/10 Banjarmasin, Kalimantan Selatan ini memiliki beberapa produk jasa asuransi seperti Asuransi Proteksi Pembiayaan, Asuransi Kesehatan Syifa Askrida, Asuransi Travel Domestik & Internasional, Asuransi Kecelakaan Diri, Asuransi Kebakaran, Asuransi Kendaraan Bermotor, Asuransi Tanggung Gugat Profesi Dokter, Asuransi Penyimpanan Uang, Asuransi Pengiriman Uang, Asuransi Pengangkutan Barang, Asuransi Rangka Kapal, Asuransi Pembangunan, Asuransi Pemasangan Mesin, Asuransi alat berat, dan Asuransi Gadai Emas. Persaingan semakin ketat, dan semakin banyak organisasi atau penyedia layanan yang berpartisipasi dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sebagai tujuan utama. Kunci untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan dengan mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan, dan dengan menyediakan produk dan pelayanan yang berkualitas. Dapat diketahui berdasarkan jumlah nasabah yang berjumlah 1300 orang pada satu tahun terakhir bahwa terjadi penurunan dan peningkatan jumlah nasabah selama tahun 2020. Hal tersebut menunjukkan bahwa loyalitas nasabah sudah sangat melekat di masyarakat. Kualitas pelayanan yang sudah sangat baik menunjukkan keseluruhan persepsi terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan dan kepuasan yang juga memiliki hubungan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan jika dilihat dari sikap pelanggan yang mana bila pelanggan merasa puas akan produk atau jasa yang mereka terima, maka kecenderungan untuk menjadikan mereka loyal terhadap produk akan dapat terjadi, bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi secara penuh (full mediation) pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan adalah faktor utama yang paling mempengaruhi loyalitas pelanggan, sebab kualitas pelayanan dapat menutupi kekurangan di sisi lain sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik dan tepat akan menarik minat nasabah dan mempertahankan nasabah lama.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah populasi nasabah adalah 1300 orang. Dalam pengambilan sampel, menggunakan metode solvin. Diperoleh jumlah sampel berjumlah 100 responden. Pengumpulan data menggunakan kuisioner, observasi, dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data regresi linear berganda menggunakan software SPSS versi 20 for windows. Dalam penelitian ini menganalisa pengaruh secara simultan dan parsial dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Model Penelitian



Gambar 1. Rangkuman hasil pengujian regresi linear berganda menggunakan spss

Hipotesis pertama

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah menduga terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari kualitas pelayanan yang terdiri dari Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy terhadap Loyalitas Nasabah Jasa Asuransi PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 75,421 dan nilai F tabel sebesar 2,31. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai F hitung ($75,421 > 2,31$) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan dari kualitas pelayanan yang terdiri dari Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan empathy terhadap Loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin.

Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menduga adanya pengaruh secara parsial dari Kualitas pelayanan yang terdiri dari Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan empathy terhadap Loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin. Untuk melihat adanya pengaruh secara parsial dilakukan uji t dengan membandingkan nilai t hitung dari setiap dimensi kualitas pelayanan dengan t tabel 1,66.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh secara parsial dari Tangible dengan nilai t hitung 2,048. Reliability dengan nilai t hitung 2,280. Responsiveness dengan nilai t hitung 2,014 dan Empathy dengan nilai t hitung 6,318 terhadap loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin dengan masing-masing kontribusi parsial sebesar 4,2% untuk tangible. 5,2% untuk reliability. 4,1% untuk responsiveness dan 2,98% dari empathy.

Sedangkan untuk dimensi assurance dengan nilai t hitung 0,542 disimpulkan tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin.

Dari hasil penelitian di atas dapat dijelaskan bahwa PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin memiliki bukti fisik (tangible) yang cukup bagus terhadap persepsi nasabahnya, hal ini dikarenakan semua nasabah sudah mengetahui bahwa fasilitas fisik sudah memadai, keadaan lingkungan yang bersih dan nyaman, serta penampilan pegawai dalam berpakaian sudah sesuai dengan standar operasional prosedur yang berlaku.

PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin juga memiliki tingkat empati (empathy) yang tinggi, bahkan dalam hasil penelitian ini menunjukkan empathy merupakan pengaruh paling dominan dari dimensi lainnya dalam kualitas pelayanan. Ini dapat diartikan bahwa para nasabah telah mendapatkan empati atau perhatian secara khusus untuk membantu memahami kebutuhan dan memecahkan masalah nasabah. Hal ini juga dibuktikan dengan nasabah yang merasa puas ketika pegawai memberikan pelayanan dengan sabar.

Namun, walaupun tangible, reliability, responsiveness, dan empathy sangat berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin juga harus memperhatikan jaminan (assurance) dan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini kesan assurance (jaminan) menunjukkan masih cukup banyak yang harus dibenahi, baik dari sisi kemampuan memberikan solusi atas sesuatu permasalahan secara terperinci dan juga menguasai produk jasa dan informasi yang terkait dengan layanan.

PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin hendaknya juga memberikan informasi yang terkait dengan layanan seperti dengan terus memberikan pelayanan yang baik, membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima karena pelayanan merupakan salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan pelanggan baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Hal ini harus tetap dipertahankan karena merupakan salah satu hal yang penting dalam melekatkan kualitas pelayanan agar terus ditingkatkan.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari kualitas pelayanan yang terdiri dari Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy terhadap Loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin.
2. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial dari kualitas pelayanan yang terdiri dari Tangible, Reliability, Responsiveness, dan Empathy terhadap Loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin.
3. Tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial dari assurance terhadap Loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin.
4. Diantara variabel kualitas layanan, variabel empathy yang berpengaruh paling dominan.

4.2. Saran

PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin hendaknya terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan yang memiliki pengaruh secara simultan dan variabel empathy yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap Loyalitas nasabah agar kualitas pelayanan terus menjadi semakin baik dan menjadi pilihan masyarakat untuk berasuransi.

5. REFERENSI

- Eriyanti Rini. 2020 "Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Loyalitas Nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Veteran Kota Banjarmasin. Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin. Banjarmasin.
- Irnanda, Aris 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat". Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta

- Khamidah Nila, A'yun 2017. "Pengaruh Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Asuransi Syariah Bumiputera 1912 Kantor Operasional Tulungagung" Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung. Tulungagung.
- Mujahadah. 2020. "Laporan Tugas Akhir, Pentingnya Kualitas Pelayanan dalam meningkatkan kepuasan Nasabah pada PT. Taspen (Persero) Cabang Banjarmasin. Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin. Banjarmasin.
- Nursalim, 2014. (Studi Pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Cibinong). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro .
- Teguh, Nuryadin Muhammad, Pratiwi, Evi Lestari dan Hasany, Julian Fiqry 2020. "Analisis Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk WITEL Kalsel". Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin. Banjarmasin
- Politeknik Negeri Banjarmasin, 2020. Buku Pedoman Tugas Akhir. Banjarmasin. Jurusan .Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin.
- PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin. Kantor Pemasar Operasional Kalimantan Selatan.
- PT. Asuransi Askrida Syariah, 2018. Standar Operasional Prosedur dan Laporan Tahunan Annual Report PT. Asuransi Askrida Syariah Tahun 2018, Jakarta.
- Thungasal, Chandra Eddy dan Siagian, Hotlan 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Kasuari". Fakultas Ekonomi Universitas Krissten Petra. Surabaya
- Yustinus Riyan Adiputra, Imroatul Khasanah 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Jiwa.