

Pengaruh Nilai, Kualitas Pelayanan dan Komitmen Organisasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang

Siti Komariah Hildayanti¹⁾, Luis Marnisah²⁾, Eko Surya Dinata³⁾

^{1),3)} Program Studi Magister Manajemen Universitas Indo Global Mandiri

²⁾ Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri

Jl. Jenderal Sudirman No 629 Km 4 Ilir Timur1 kode pos : 30129

Email : hildayanti@uigm.ac.id¹⁾, luis_marnisah@uigm.ac.id²⁾, dinata.blue@gmail.com³⁾

Abstract

This study aims to analyze the influence of customer value, service quality, and organizational commitment to customer satisfaction PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk Palembang Branch. This research is quantitative descriptive. The method used is a survey method. Data analysis techniques are carried out by regression analysis to analyze the hypothesis by showing the nature of the effect of independent variables on the dependent variable. The results showed that the quality of service to customers influenced positively and significantly on customer satisfaction, with the most dominant indicators being "Officers Have a Standard Time of Speed in Serving Customers." Customer values influence positively and significantly on customer satisfaction, with the most dominant indicators affecting is "Officers Conduct Survey When I Decide To Buy Insurance Products." Employee organizational commitment of PT Asuransi Kresna Mitra Tbk Palembang Branch influences positively and significantly on customer satisfaction, and the most dominant indicators influencing are "eager employees working in teams / groups"

Keywords: customer value, service quality, organizational commitment, customer satisfaction.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai pelanggan, kualitas pelayanan, dan komitmen organisasi terhadap kepuasan pelanggan PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang. Penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Metode yang dilakukan adalah metode survey. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis regresi untuk menganalisis hipotesis dengan menunjukkan sifat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan kepada nasabah memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan indikator yang paling dominan yaitu "Petugas Memiliki Standar Waktu Kecepatan Dalam Melayani Nasabah." Nilai pelanggan memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan indikator paling dominan memengaruhi adalah "Petugas Melakukan Survey Ketika Saya Memutuskan Untuk Membeli Produk Asuransi." Komitmen organisasi pegawai PT Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan indikator yang paling dominan memengaruhi adalah "Petugas bersemangat bekerja dalam tim/kelompok"

Kata kunci: nilai pelanggan, kualitas pelayanan, komitmen organisasi, kepuasan pelanggan.

1. Pendahuluan

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis internasional yang begitu pesat dan tingkat kehidupan manusia yang semakin meningkat menimbulkan kesadaran pentingnya proteksi yang dapat memberikan perlindungan bagi harta benda. Oleh karena itu perlu ada suatu perusahaan yang memberikan jaminan atau garansi terhadap resiko bagi harta benda tersebut. Pertumbuhan industri otomotif Indonesia yang semakin meningkat seiring majunya pemikiran masyarakat dalam usaha perniagaan membuat semakin maraknya usaha asuransi saat ini.

Upaya pemasaran paling menonjol yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi adalah upaya untuk meningkatkan nilai pelanggan, kualitas pelayanan yang memberikan kemudahan kepada para pelanggan, serta komitmen organisasi dari segenap karyawan perusahaan untuk bersama-sama berusaha dalam memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) perusahaan asuransi nasional, PT. Asuransi Kresna Mitra, Tbk Cabang Palembang telah berupaya untuk selalu memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan PT. Asuransi Kresna Mitra, Tbk Cabang Palembang ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Asuransi Kresna Mitra, Tbk Cabang Palembang ?
3. Bagaimana pengaruh komitmen organisasi terhadap kepuasan pelanggan PT. Asuransi Kresna Mitra, Tbk Cabang Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang.
- b. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang.
- c. Menganalisis pengaruh komitmen organisasi perusahaan terhadap kepuasan pelanggan PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

- a. Sumbangan pemikiran bagi PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang dalam rangka meningkatkan daya saing PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang terhadap asuransi lain melalui kualitas pelayanan.

- b. Diharapkan dapat menjadi sarana dalam pengembangan teori ilmu Manajemen Pemasaran khususnya berkaitan dengan konsep nilai pelanggan, kualitas pelayanan, komitmen organisasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

D. Metode Penelitian

1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli 2017 sampai September 2017 di PT. Asuransi Kresna Mitra, Tbk Cabang Palembang.

2. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau nasabah pemegang polis asuransi PT. Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode Slovin (Sevilla et. al., 1960:182), dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n: jumlah sampel

N: jumlah populasi

e: batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Dalam penelitian ini dengan jumlah populasi sebesar 300 orang pelanggan, maka peneliti mengambil sejumlah sampel sebanyak 73 orang pelanggan. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian dipilih dengan sengaja berdasarkan kriteria yang ditetapkan peneliti yang diyakini *representative* terhadap populasi (Emory dan Cooper, 2001) di PT. Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang.

E. Desain Penelitian

Penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Metode yang dilakukan adalah metode survei, yaitu sebuah teknik penelitian dimana informasi dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner. Menurut Haryono, (2004:55), hal-hal pokok yang perlu dalam survey adalah penulisan kuesioner, penentuan daftar pertanyaan, serta format rancangan kuesioner.

Metode pengambilan data menggunakan kuesioner yang bersifat *non probability* dimana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih.

F. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan adalah variabel independen yang terdiri dari nilai pelanggan, kualitas pelayanan, dan komitmen organisasi, sedangkan kepuasan pelanggan merupakan variabel dependen.

Peneliti mengambil sampel dengan mendatangi langsung kantor cabang PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang. Konsumen pemegang polis yang dijadikan

sampel memiliki kemampuan yang sesuai untuk menilai kualitas layanan, nilai, kepuasan konsumen dan juga reputasi. Alat ukur atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diadopsi dari kuesioner yang pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Jenis data yang digunakan adalah data ordinal dan pengukurannya menggunakan skala Likert (Cooper dan Schindler, 2007).

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan analisis regresi dan MRA (*Moderated Regression Analysis*) untuk menguji pengaruh variabel mediasi. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisis hipotesis dengan menunjukkan sifat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. MRA adalah bentuk regresi yang dirancang secara hierarkis untuk menentukan hubungan antara dua variabel yang dipengaruhi oleh variabel ketiga atau moderating (Hair et al., 1998). Efek Moderasi yang signifikan atau tidak akan dapat dilihat dari peningkatan R^2 yang signifikan pada persamaan. Uji interaksi MRA merupakan aplikasi khusus regresi linear berganda yang dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen). Uji MRA merupakan aplikasi khusus regresi linear berganda yang dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) dengan rumus persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_1.X_2 + \dots \dots \dots \text{(Persamaan 2)}$$

H2 : Nilai memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen

X1 = Kualitas layanan

X2 = Nilai

X1.X2 = Kualitas layanan. Nilai

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

menerangkan variasi variabel terikat (Kuncoro, 2007).

H. Hipotesis Penelitian

Ho = Tidak ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Ha = Ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Ho ditolak apabila $t_{hitung} < 0,05$

Ha diterima apabila $t_{hitung} > 0,05$.

2. Pembahasan

A. Hasil Penelitian

1. Dekriptif Responden Penelitian

a. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Jika dilihat dari perspektif gender nasabah PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang yang menjadi responden penelitian, ternyata peran laki-laki mencapai 78,08% jauh lebih banyak daripada jumlah perempuan yang hanya 21,92% (Tabel 1).

Tabel 1. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

NO.	JENIS KELAMIN	JUMLAH	PROSENTASE
1	LAKI-LAKI	57	78,08
2	PEREMPUAN	16	21,92
JUMLAH		73	100,00

Sumber : Diolah dari data primer (2017)

Dari tabel di atas, dapat dipahami bahwa nasabah asuransi PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang umumnya memberikan jaminan asuransi kendaraannya kepada PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang adalah laki-laki.

2. Menurut Pekerjaan Responden

Nasabah PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang, jika dilihat dari latar belakang pekerjaan, ternyata yang terbesar adalah karyawan perusahaan sebanyak 32,88%, kemudian disusul oleh usahawan sebanyak 28,77%, sedangkan yang paling sedikit adalah dari unsur purna tugas dan TNI/Polri yang masing-masing sebanyak 4.11% (Tabel 2).

Tabel 2. Berdasarkan Pekerjaan Responden

NO	PEKERJAAN	JUMLAH	PROSENTASE
1	Pegawai Negeri Sipil	15	20,54
2	TNI/Polri	3	4,11
3	Wirasahawan	21	28,77
4	Purna Tugas	3	4,11
5	Ibu Rumah Tangga	7	9,59
6	Karyawan Swasta	24	32,88
JUMLAH		73	100,00

Sumber : Diolah dari data primer (2017)

Tabel di atas, bahwa nasabah asuransi PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang berdasarkan pekerjaan adalah karyawan perusahaan baik swasta, BUMN dan BUMD, latar belakang sebagai Pegawai Negeri Sipil hanya 20,54 %, ibu rumah tangga hanya sebanyak 9,59 %.

B. Pengujian Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian sebelum disebar kepada responden, dilakukan pengujian terlebih dahulu kepada calon responden yang mempunyai karakteristik yang tidak jauh berbeda dengan responden. Pengujian kuesioner ditujukan untuk menjamin instrumen penelitian telah layak dan sah sebagai alat pengambilan data. Pengujian instrumen penelitian meliputi uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan tools SPSS 22.

1. Pengujian Validitas Instrumen Penelitian

Pengujian validitas instrumen penelitian ditujukan untuk mengukur item indikator apakah telah valid untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data. Hasil pengujian validitas tersebut dapat digambarkan tabel-tabel berikut ini.

a. Variabel Kualitas Pelayanan

Hasil pengujian validitas instrumen penelitian untuk variabel kualitas pelayanan, output data menggunakan SPSS 22 menyatakan bahwa semua item penelitian mempunyai hubungan erat dengan variabel, semua indikator telah di atas 0,30 dan telah valid sebagai alat pengambil data, sehingga instrumen penelitian untuk variabel kualitas pelayanan dapat digunakan menjadi kuesioner penelitian

b. Variabel Nilai Pelanggan

Hasil pengujian validitas instrumen penelitian untuk variable nilai pelanggan, output data data menggunakan SPSS 22 menyatakan bahwa semua item penelitian mempunyai hubungan erat dengan variabel, semua indikator telah di atas 0,30 dan telah valid sebagai alat pengambil data, sehingga instrumen penelitian untuk variabel nilai pelanggan dapat digunakan menjadi kuesioner penelitian

c. Variabel Komitmen Organisasi

Hasil pengujian validitas instrumen penelitian untuk variabel komitmen organisasi, output data menggunakan SPSS 22 menyatakan bahwa semua item penelitian mempunyai hubungan erat dengan variabel, semua indikator telah di atas 0,30 dan telah valid sebagai alat pengambil data, sehingga instrumen penelitian untuk variabel komitmen organisasi dapat digunakan menjadi kuesioner penelitian

d. Variabel Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian validitas instrumen penelitian untuk variabel kepuasan pelanggan, output data menggunakan SPSS 22 menyatakan bahwa semua item penelitian mempunyai hubungan erat dengan variabel, semua indikator telah di atas 0,30 dan telah valid sebagai alat pengambil data, sehingga instrumen penelitian untuk variabel kepuasan pelanggan dapat digunakan menjadi kuesioner penelitian

2. Pengujian Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas instrumen penelitian, untuk melihat kuesioner penelitian telah reliabel digunakan dengan melihat konsistensi jawaban responden, dengan hasil pengujian dalam tabel di bawah ini

Tabel 3. Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Kriteria Minimal	Koefisien Reliabilitas	Rekomendasi
Kualitas Pelayanan	0,60	0,623	Reliabel
Nilai Pelanggan	0,60	0,642	Reliabel
Komitmen Organisasi	0,60	0,679	Reliabel

Kepuasan Pelanggan	0,60	0,750	Reliabel
--------------------	------	-------	----------

Sumber : Diolah dari data primer (2017)

Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan Tools SPSS 22, dengan menggunakan kriteria Cronbach Alpha >0,60, dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa seluruh variabel telah reliabel sehingga dapat dilanjutkan untuk pengambilan data selanjutnya.

3. Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan pengujian normalitas data, pengujian linearitas dan pengujian multikoleniaritas sebagai berikut ini.

a. Pengujian Normalitas Data

Agar dapat diketahui data penelitian dapat memenuhi asumsi klasik berdistribusi normal, dilakukan pengujian dengan menggunakan Teknik Kolmogorov-Smirnov Z. Hasil pengujian data sebagaimana tergambar dalam table berikut ini.

Tabel 4. Hasil Pengujian Normalitas Data

	Kualitas Pelayanan	Nilai Pelanggan	Komitmen Organisasi	Kepuasan Pelanggan	
N	73	73	73	73	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	4.4466	4.4616	4.4479	4.4575
	Std. Deviation	0.18034	0.19266	0.21481	0.18403
	Most Extreme Differences	Absolute Positive	0.450	0.413	0.459
	Negative	-0.450	-0.413	-0.459	-0.467
Kolmogorov-Smirnov Z	2.113	1.864	1.684	2.187	
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.421	0.271	0.388	0.410	

Dari output data tersebut table di atas bahwa nilai signifikansi 2 tailed variabel Kualitas Pelayanan 0,421, nilai pelanggan 0,271, komitmen organisasi 0,388, kepuasan pelanggan 0,410, semua lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji telah berdistribusi normal sehingga data dapat digunakan dan diolah lebih lanjut.

b. Pengujian Linearitas

Hubungan variabel dependen dengan variabel independen telah linear dalam range tertentu. Hasil uji asumsi linearitas menggunakan SPSS 22, hubungan antar variabel telah linear sebagaimana telah disarikan pada tabel berikut

Tabel 5. Hasil Pengujian Linearitas

Variabel Dependen	Variabel Independen	Hasil Pengujian	Rekomendasi
Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	0.045	Linear
Nilai Pelanggan	Kepuasan Pelanggan	0,027	Linear
Komitmen Organisasi	Kepuasan Pelanggan	0,039	Linear

Sumber : Diolah dari data primer (2017)

Tabel di atas bahwa hasil pengujian linearitas variable bahwa semua telah < dari 0,05, maka hubungan variabel dependen dan variabel independen seluruhnya telah linear. Sehingga hasil uji linearitas bahwa variable penelitian telah memenuhi kriteria linearitas. Karenanya dapat dilanjutkan dengan pengolahan data penelitian.

c. Pengujian Multikoleniaritas

Pengujian multikoleniaritas dengan melihat besaran koefisien korelasi antar variabel bebas, bahwa antar variabel bebas ternyata tidak terdapat multikoleniaritas sebagai tergambar dalam tabel di bawah ini.

Tabel 6. Multikoleniaritas Statistik Variabel Kepuasan Palanggan

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	Vif
Komitmen_Organisasi	0.458	2.185
Nilai_Pelanggan	0.686	1.458
Kualitas_Pelayanan	0.466	2.145

Sumber : Diolah dari data primer (2017)

Informasi tabel di atas bahwa semua toleransi variabel bebas di atas 10% seperti halnya komitmen organisasi 0,458 atau 45,8%, nilai pelanggan 0,686 atau 68,6% dan kualitas pelayanan 0,466 atau 46,6%.

Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas penelitian tidak terdapat multikoleniaritas.

C. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

1. Deskriptif Statistika Variabel Kualitas Pelayanan

Output data diolah dengan SPSS dapat menggambarkan deskripsi variabel Kualitas pelayanan sebagaimana dalam tabel di bawah.

Tabel 7. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Kode Indikator	Item Indikator	Rerata	Standar Deviasi
KP.01	Ruangan pelayanan yang bersih dan memadai	4.2603	.44182
KP.02	Penampilan karyawan yang sopan dan rapi	4.3288	.47302
KP.03	Ketersediaan peralatan kantor yang cukup modern	4.4110	.49541
KP.04	Petugas memiliki kecakapan dalam menyiapkan hal-hal yang berkaitan dengan	4.3699	.51389

	kebutuhan asuransi saya		
KP.05	Petugas memiliki kemampuan untuk memberikan penjelasan akan produk asuransi yang dibutuhkan	4.4795	.52993
KP.06	Petugas memiliki standar waktu kecepatan dalam melayani nasabah	4.6027	.49272
KP.07	Petugas menyelesaikan permasalahan yang dilaporkan sesuai dengan limit waktu yang dijanjikan	4.5342	.50228
KP.08	Arsip dan dokumen berkaitan dengan polis asuransi tersimpan dan teregistrasi dengan baik	4.5890	.49541
KP.09	Petugas memberikan penjelasan yang rinci pada saat proses penutupan polis asuransi	4.4247	.49771
KP.10	Petugas menanggapi keluhan dari pelanggan secara sungguh sungguh	4.4932	.50341
KP.11	Petugas bekerja keras dalam melaksanakan tugasnya	4.4658	.52921
KP.12	Petugas mampu berkomunikasi secara baik dengan para pelanggan	4.4932	.50341
KP.13	Petugas berusaha meningkatkan pengetahuan pelanggan tentang kenyamanan berasuransi	4.4658	.52921
KP.14	Petugas dapat menjalankan tugas dengan baik	4.4932	.50341
KP.15	Petugas memiliki kompetensi yang cukup baik dalam memasarkan produk	4.4247	.49771
KP.16	Petugas memiliki pengetahuan dan kecakapan yang baik kepada pelanggan	4.4521	.50114
KP.17	Petugas memiliki inovasi dalam memasarkan produk asuransi	4.4521	.50114
KP.18	Petugas mampu melakukan cross selling dalam penawaran produk asuransi	4.4521	.50114
N 73	Rerata Variabel	4.4466	.18034

Sumber : Diolah dari data primer (2017)

Dari tabel di atas, didapat informasi bahwa variabel kualitas pelayanan telah dalam kategori baik dengan rerata 4,4466 dari skala 1 sampai dengan 5, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sudah dalam kriteria baik. Dan item indikator variabel kualitas pelayanan yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel adalah indikator KP 06 yaitu “Petugas memiliki standar waktu kecepatan dalam melayani nasabah” dengan koefisien sebesar 4.6027. Disini menunjukkan bahwa kapasitas petugas dalam menjalankan *Standard Operating Procedure (SOP)* dalam melayani pelanggan secara cepat, sangat besar pengaruhnya terhadap kualitas pelayanan.

Dan indikator yang paling kecil pengaruhnya adalah KP. 01 dengan koefisien sebesar 4.2603 yaitu “Ruangan pelayanan yang bersih dan memadai”. Hal ini menggambarkan ruangan pelayanan yang nyaman bersih dan dingin, tidak berpengaruh signifikan tanpa didukung dengan pelayanan yang cepat sesuai dengan SOP.

2. Deskriptif Statistika Variabel Nilai Pelanggan

Nilai pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan PT Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang, jika nilai pelanggan telah termasuk kategori baik. Hal ini sejalan dengan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22, bahwa variabel nilai pelanggan telah memenuhi kriteria baik dengan rerata variabel sebesar 4.4616 dari skala 1 sampai dengan 5.

Tabel 8. Deskripsi Variabel Nilai Pelanggan

Kode Indikator	Item Indikator	Rerata	Standar Deviasi
NP.01	Terdapat visi dan misi perusahaan yang jelas pada PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk	4.1644	.40871
NP.02	Kemudahan pelayanan Klaim Asuransi di PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk	4.3699	.48611
NP.03	Produk Asuransi di PT Asuransi Kresna Mitra Tbk sesuai kebutuhan dan memberikan perlindungan yang lengkap	4.4521	.50114
NP.04	Tersedianya Bengkel Rekanan yang berkualitas dalam penyelesaian klaim asuransi kendaraan bermotor	4.3699	.51389
NP.05	Kenyamanan ruang tunggu dengan tersedianya Kursi, TV dan minuman	4.4795	.55552
NP.06	Fasilitas fisik kantor yang tertata dengan baik dan bersih (kursi, meja, dan toilet)	4.2740	.44908
NP.07	Petugas memakai	4.4658	.50228

	seragam dengan rapi dan bersih		
NP.08	Petugas menggunakan tanda pengenal di seragamnya	4.3425	.50605
NP.09	Petugas melayani pelanggan dengan cekatan dan sigap	4.5068	.53029
NP.10	Petugas mendata setiap informasi yang diberikan oleh pelanggan	4.4658	.52921
NP.11	Petugas menanyakan identitas dan keperluan saya tentang asuransi	4.4658	.50228
NP.12	Petugas melakukan survey ketika saya memutuskan untuk membeli produk Asuransi	4.6301	.48611
NP.13	Petugas bekerja sesuai dengan pedoman kerja dan standar peraturan perusahaan	4.5342	.50228
NP.14	Polis diterima pelanggan paling lambat 2 hari setelah proses penutupan asuransi dilakukan	4.5479	.50114
NP.15	Petugas selalu mengingatkan pelanggan ketika premi asuransi belum dibayarkan	4.4521	.52813
NP.16	Petugas melakukan penagihan outstanding premi dengan ramah dan baik	4.5205	.50303
NP.17	Petugas mampu memberikan jawaban yang jelas atas pertanyaan dari pelanggan seputar produk asuransi	4.4247	.52488
NP.18	Petugas berkomitmen untuk selalu memberikan pelayanan prima atas keluhan dari pelanggan	4.4110	.49541
NP.19	Petugas dalam melaksanakan tugas melakukan evaluasi proses dan hasil kerja	4.4795	.50303
NP.20	Petugas dalam melaksanakan tugas melakukan perbaikan proses dan hasil kerja	4.5342	.52921
N 73	Rerata Variabel	4.4616	.19266

Sumber : Diolah dari data primer (2017)

Informasi di atas menunjukkan bahwa indikator paling dominan berpengaruh terhadap variabel nilai pelanggan adalah NP.12 dengan koefisien sebesar 4.6301 yaitu petugas melakukan survey ketika saya

memutuskan untuk membeli produk asuransi. Indikator paling kecil pengaruhnya terhadap variabel adalah NP.01 (4.1644) yaitu terdapat visi dan misi perusahaan yang jelas PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk.

3. Deskriptif Statistika Variabel Komitmen Organisasi

Hasil output data menggunakan tools menunjukkan bahwa variabel komitmen organisasi telah baik seperti ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 9. Deskripsi Variabel Komitmen Organisasi

Kode Indikator	Item Indikator	Rerata	Standar Deviasi
KO.01	Keinginan dalam berkomitmen yang kuat dalam mempertahankan keanggotaan di dalam perusahaan	4.3562	.48218
KO.02	Memahami setiap peraturan yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan pemeriksaan	4.3288	.47302
KO.03	Mengerjakan pekerjaan walaupun pimpinan tidak ada dikantor	4.4658	.50228
KO.04	Saya bekerja atas kemauan dan dorongan diri sendiri	4.5068	.50341
KO.05	Kesiapan untuk berusaha dengan sungguh-sungguh atas nama organisasi	4.4521	.50114
KO.06	Mendahulukan kepentingan dinas perusahaan dari pada kepentingan pribadi	4.4384	.49962
KO.07	Motivasi berasal dari diri sendiri untuk melakukan suatu pekerjaan	4.5342	.50228
KO.08	Tidak ada unsur paksaan dalam bekerja sehingga karyawan tidak merasa terbebani	4.4110	.49541
KO.09	Hadir tepat waktu membuat pekerjaan jadi lebih ringan	4.4110	.49541
KO.10	Saya merasa tidak komitmen jika meninggalkan pekerjaan di tempat saya bekerja	4.3562	.48218
KO.11	Petugas bekerja penuh semangat dalam memberikan pelayanan kepada nasabah	4.5205	.50303
KO.12	Petugas bersemangat bekerja dalam tim/kelompok	4.5753	.49771
N 73	Rerata Variabel	4.4479	.21481

Sumber : Output SPSS Diolah (2017)

Dari tabel di atas, didapat informasi bahwa variabel komitmen organisasi telah dalam kategori baik dengan

rerata 4,4479. Indikator variabel komitmen organisasi yang paling dominan pengaruhnya terhadap adalah KO.12 dengan koefisien sebesar 4.5753 yaitu “Petugas bersemangat bekerja dalam tim/kelompok” Disini kemampuan karyawan bekerja dalam tim kerja sangat besar pengaruhnya terhadap membangun komitmen organisasi.

Indikator yang paling kecil pengaruhnya terhadap variabel adalah KO.02 dengan koefisien 4.3288 yaitu “Memahami setiap peraturan yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan pemeriksaan” Disini menggambarkan pemahaman karyawan dalam mempedomani peraturan yang digunakan dalam melakukan pemeriksaan masih kecil pengaruhnya terhadap komitmen organisasi. Dengan kata lain perlu peningkatan pemahaman karyawan dalam mempedomani peraturan yang berlaku di perusahaan.

4. Deskriptif Statistika Variabel Kepuasan Pelanggan

Observasi di lapangan diperoleh kepuasan pelanggan PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang dapat dikatakan telah baik. Begitu juga hasil pengolahan data menggunakan SPSS bahwa deksripsi kepuasan pelanggan telah baik dengan rerata variabel dengan koefisien mencapai 4.4575 .

Tabel 10. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan

Kode Indikator	Item Indikator	Rerata	Standar Deviasi
KPg.01	Kecepatan Pegawai dalam menangani laporan klaim anda	4.5753	.49771
KPg.02	Ketepatan pegawai dalam menanggapi proses klaim	4.4658	.50228
KPg.03	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan masalah anda	4.5616	.49962
KPg.04	Ketrampilan petugas dalam melayani proses klaim melalui bengkel rekanan	4.5205	.50303
KPg.05	Koordinasi yang baik antara petugas klaim dengan bengkel rekanan dalam penyelesaian proses klaim	4.5342	.50228
KPg.06	Pengerjaan hasil klaim tidak mengecewakan anda	4.3973	.52014
KPg.06	Kesesuaian antara hasil akhir proses klaim dengan harapan anda	4.4384	.52669
KPg.08	Kenyamanan penampilan (interior) dan pelayanan yang diberikan	4.3699	.48611
KPg.09	Alur Proses klaim sesuai dengan harapan anda	4.3425	.47782
KPg.10	Kelembutan dan keakraban petugas dalam pelayanannya	4.3699	.48611
KPg.11	Kesediaan petugas klaim mendengarkan dan memahami kebutuhan anda	4.4384	.49962
KPg.12	Kesediaan petugas klaim memberikan informasi mengenai resiko	4.5205	.52993

	yang ditanggung atau resiko sendiri		
KPg.13	Memutuskan untuk terus menggunakan jasa asuransi Kresna Mitra Tbk sebagai kebutuhan asset anda	4.3562	.56199
KPg.14	Merekomendasikan ke orang lain terhadap pelayanan yang didapatkan dari Asuransi Kresna Mitra Tbk	4.5205	.52993
KPg.15	Menyarankan teman, kerabat dan kenalan untuk menggunakan produk asuransi Kresna Mitra Tbk	4.5068	.50341
KPg.16	Produk Asuransi Kresna Mitra Tbk sesuai dengan kebutuhan pelanggan	4.4521	.50114
KPg.17	Asuransi Kresna Mitra Tbk selalu berusaha memanjakan pelanggannya dengan membina komunikasi yang baik	4.4384	.49962
KPg.18	Sebelum polis jatuh tempo pelanggan selalu mendapatkan informasi perpanjangan polis	4.5068	.50341
N 73		4.4575	.18403

Sumber : Diolah dari data primer (2017)

Dari tabel di atas, didapat informasi bahwa variabel kepuasan pelanggan telah dalam kategori baik dengan rerata 4,4575. Dari 18 item indikator variabel kepuasan pelanggan ternyata yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel adalah KPg.08 dengan besaran koefisien mencapai 4,5753 yaitu kecepatan pegawai dalam menangani laporan klaim anda.

Dari 18 item indikator variabel kepuasan pelanggan bahwa yang paling kecil pengaruhnya adalah variabel indikator KPg.04 dengan koefisien 4.3699 yaitu kenyamanan penampilan (interior) dan pelayanan yang diberikan. Disini menggambarkan bahwa pelayanan kepada nasabah dengan penampilan interior yang nyaman dan menarik, tidak berpengaruh signifikan tanpa didukung dengan kecepatan pegawai dalam menangani laporan klaim nasabah.

5. Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis 1

Ho : tidak terdapat pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan

H1 : terdapat pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan

Output data diolah dengan SPSS 22 bahwa variabel kualitas pelayanan memengaruhi variabel kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan dengan probabiliti sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 dengan uji t bahwa t hitung 3,550 lebih besar dari t tabel 1,992.

Dengan demikian Ho ditolak dan H1 diterima, maka hasil pengujian hipotesis penelitian ini bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis 2

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

H1 : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Output data diolah dengan SPSS 22 bahwa variable kualitas pelayanan memengaruhi variable kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan dengan probabiliti sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 dengan uji t bahwa t hitung 5,028 lebih besar dari t tabel 1,992.

Dengan demikian Ho di tolak dan h1 diterima, maka hasil pengujian hipotesis penelitian ini bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis 3

Ho : Tidak terdapat pengaruh komitmen organisasi terhadap kepuasan pelanggan.

H1 : Terdapat pengaruh komitmen organisasi terhadap kepuasan pelanggan.

Output data diolah dengan SPSS 22 bahwa variabel kualitas pelayanan memengaruhi variabel kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan dengan probabiliti sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 dengan uji t bahwa t hitung 3.912 lebih besar dari t tabel 1,992.

Dengan demikian Ho ditolak dan H1 diterima, maka hasil pengujian hipotesis penelitian ini bahwa terdapat pengaruh komitmen organisasi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

D. Analisis dan Pembahasan

1. Analisis Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22 bahwa nilai pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat probabiliti 0,001 lebih kecil dari 0,05 dengan t hitung 3.550 lebih besar dari t hitung 1.992 .

Tabel 11. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std Error	Beta		
NILAI_PROD UK - KEPUASAN PELANGGAN	0.371	0.104	0.388	3.550	0.001

Sumber : Diolah dari data primer (2017)

Tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien regresi nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,371 atau mencapai 37,1%. Secara statistik pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan hanya sebesar 37.1%, termasuk dalam kategori pengaruh sedang karena kurang dari 0,5.

Disini berarti bahwa nilai pelanggan asuransi tidak besar pengaruhnya terhadap mempertahankan kepuasan pelanggan. Semakin tinggi nilai pelanggan pengaruhnya tidak begitu besar terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan kerangka teori pemikiran penelitian bahwa nilai pelanggan memengaruhi kepuasan pelanggan. Teori penelitian dapat dikonfirmasi dan sejalan dengan eksperimen di lapangan, dan hipotesis penelitian telah dapat dibuktikan kebenarannya bahwa terdapat pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

Novitasari (2010) dalam penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara nilai pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebesar 0,412. Dalam hal ini ketika nilai pelanggan meningkat terhadap perusahaan, maka tingkat kepuasan pelanggan juga ikut meningkat.

2. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22 bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat probabilitas 0,00 jauh lebih kecil dari 0,05 dan t hitung 5.028 jauh lebih besar dari t hitung 1.992.

Tabel 12. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std Error	Beta		
KUALITAS_PELAYANAN - KEPUASANPELANGGAN	0.523	0.104	0.512	5.028	0.000

Sumber : Diolah dari data primer (2017)

Tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien regresi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,523 atau mencapai 52,3%. Hal ini berarti kualitas pelayanan asuransi terhadap nasabah sangat besar pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Semakin meningkat kualitas pelayanan secara signifikan maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan kerangka teori pemikiran penelitian bahwa kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan. Teori penelitian dapat dikonfirmasi dan sejalan dengan eksperimen di lapangan, dan hipotesis penelitian telah dapat dibuktikan kebenarannya bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Novitasari (2010), bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan sebesar 0,479. Penelitian Denti menunjukkan bahwa antara kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan saling memengaruhi secara resiprosikal.

Begitu juga Henriawan (2014) menemukan koefisien determinasi yang diperoleh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 34,5% sedangkan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 61,6%.

Lebih lengkap penelitian Panjaitan (2014) bahwa kualitas layanan (X) yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai (nilai p) $0.003 < 0.05$.

3. Analisis Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22 bahwa komitmen organisasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat probabilitas 0,00 lebih kecil dari 0,05 dengan t hitung 3.912 lebih besar dari t hitung 1.992.

Tabel 13. Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std Error	Beta		
KOMITMEN_ORGANISASI - KEPUASANPELANGGAN	0.361	0.092	0.421	3.912	0.000

Sumber : Diolah dari data primer (2017)

Tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien regresi pengaruh komitmen organisasi terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,361 atau mencapai 36,1%. Secara statistik pengaruh komitmen organisasi terhadap kepuasan pelanggan hanya sebesar 36,1%, termasuk dalam kategori pengaruh sedang karena kurang dari 0,5. Hasil penelitian ini sejalan dengan kerangka teori pemikiran penelitian bahwa komitmen organisasi memengaruhi kepuasan pelanggan. Teori penelitian dapat dikonfirmasi dan sejalan dengan eksperimen di lapangan dan hipotesis penelitian telah dapat dibuktikan kebenarannya bahwa terdapat pengaruh komitmen organisasi terhadap kepuasan pelanggan.

3. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini adalah :

1. Kualitas pelayanan kepada nasabah PT Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan indikator yang paling dominan yaitu "Petugas Memiliki Standar Waktu Kecepatan Dalam Melayani Nasabah."
2. Nilai pelanggan PT Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan indikator paling dominan memengaruhi adalah

“Petugas Melakukan Survey Ketika Saya Memutuskan Untuk Membeli Produk Asuransi.”

3. Komitmen organisasi pegawai PT Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan indikator yang paling dominan memengaruhi adalah “Petugas bersemangat bekerja dalam tim/kelompok”

Saran

1. Bagi lembaga pengelola asuransi
Kontribusi yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini yang berguna bagi PT Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang bahwa untuk menjaga dan mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan faktor utama yang perlu menjadi perhatian adalah melakukan peningkatan pelayanan yang cepat sesuai dengan standard dan kecepatan dalam melayani klaim pelanggan.
2. Bagi pengembangan ilmu manajemen
Penelitian ini sangat menarik untuk dikembangkan lebih lanjut, karenanya perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan menggunakan variable dependen yang lain di luar penelitian ini, untuk dapat melihat factor apa saja yang dominan memengaruhi kepuasan pelanggan pada bisnis jasa asuransi.

Daftar Pustaka

- Amrin, Abdullah 2009. *Meraih Berkah Melalui Asuransi Syariah*, Solo : Quanta
- Anderson, J.C.1994. *A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships*, *Journal of Marketing*, Vol. 54 No.1, pp.42-58.
- Buzzle, Robert.D& Bradley T, Gale 1987. *The PIMS Principle*. New York : The Free Press..
- Buttle, Francis 2004. *Customer Relationship of Management Concept & Tools*, Elsevier Ltd
- Buchari,Alma 2007. *Manajemen Pemasarandan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Caruana, A., Fenech, N. And Chrorp. 2000. *The effect of perceived value and overall satisfaction on loyalty: a study among dental patients*, *Journal of Medical Marketing*, Vol. 5 No.3, pp.245-56.
- Dwiyanto,Agus. 2008. *Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik*, Yogyakarta : GadjahMada University Press
- Emory, W and Cooper, D.R., 2001. *Metode Penelitian Bisnis*, Jilid 1, edisi Kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Griffin, W. Ricky. 2007. *Business*, alihbahasa :RdSoemarnagara, Jakarta : Erlangga.
- Hunt, S. 1992. *For Reason & Realism in Marketing*, *Journal of Marketing*, Vol : 56, PP 89 – 102.
- Kotler, Phillip. 2007. *Manajemen Pemasaran : Edisi 12 : Jilid 1*, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Phillip and Gary, Amstrong. 2014. *Principle of Marketing, 15th edition* ; New Jersey : Peason Prentice Hall.
- Khikmah, Siti Noor. 2005. *KomitmenOrganisasi, Locus of Control dan Kompleksitas Tugas Terhadap Kinerja Auditor Internal*, *Jurnal LIPI*, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Kristanto, Andi 2008. *Perancangan Sistem Informasi*, Galamedia, Yogyakarta.
- Lupiyanto dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Penerbit Salemba Raya, Jakarta.
- Meyer, J.P & Allen, N.J. 1993. *Organizational Commitment*, *International Review of Industrial & Organizational Psychology* 12, 175 – 228 (JAMS).
- Parasuraman, A. 1998. *The Behavioral Consequences of Service Quality*, *Journal of Marketing*, April, 1996 , PP. 31 – 46.
- Robbins, Stephen. P. 2003. *PrilakuOrganisasi*, Index, Jakarta.
- Salim, Abbas. 2007. *Asuransi dan Manajemen Resiko*. Jakarta : Raja Grafindo Jakarta.
- Schultz .D and Schultz.T. 1993. *Integrated Marketing Communication*. Lincolnwood III, USA.
- Sopiah 2008. *Perilaku Organisasi*, Andi Offset, Jakarta.
- Sunato, Agung. 2006. *Perkembangan Peserta Didik*, Jakarta : PT. Andi Mahesa.
- Tjiptono, Fandi. 2005. *ManajemenJasa* ,Andi Offset , Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi. 2015. *Strategi Pemasaran*, Andi Offset : Yogyakarta
- Vanessa, R. 2007. *Satisfaction : A Behaviour Prospective on Customer*, Boston : Harvard Business School. Yudhoyono, Bambang. 2001. *Otonomi Daerah Desentralisasi dan Pengembangan SDM Aparatur Pemda dan Anggota DPRD*, Jakarta : Pustaka Sinar harapan