

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Semakin berkembangnya jaman disertai derasnya arus globalisasi serta peningkatan teknologi yang pesat berdampak pada seluruh aspek kehidupan terutama pada sektor bisnis. Orientasi Bisnis yang dilaksanakan saat ini meliputi aspek industri yang di hasilkannya baik produk maupun jasa. Pada jasa adalah sektor bisnis jasa asuransi. Bisnis asuransi merupakan salah satu produk jasa yang bertujuan untuk meminimalisir risiko nasabah.

Tujuan utama sektor bisnis jasa asuransi adalah mengupayakan peningkatan nilai jumlah premi atas manfaat yang diberikan kepada nasabah bertujuan agar nasabah tersebut merasakan manfaatnya. Dengan demikian perusahaan jasa asuransi mengupayakan meningkatkan pelayanan secara maksimal. Agar nasabah atau konsumen dapat di pertahankan keberadaanya salah satu upayanya adalah dengan cara menyelaraskan Antara kualitas layanan dengan persepsi pelanggan hal tersebut bertujuan agar terciptanya kepuasan pelanggan.

Beberapa tahun kedepan perusahaan Jasa asuransi di Indonesia diperkirakan akan semakin menggeliat dimana peningkatan nasabah terjadi setiap tahunnya. Hal ini terjadi disebabkan Karena kesadaran masyarakat akan pentingnya sebuah perlindungan atas berbagai macam resiko. Hal ini tentu saja menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan asuransi dimana akan semakin luas pasar yang bisa diolah dan dijadikan sebagai sasaran penjual produk yang mereka miliki.

Berdasarkan data yang dirilis OJK (Otoritas Jasa Keuangan) pertumbuhan bisnis jasa asuransi memiliki pertumbuhan yang sangat signifikan sehingga dapat menambah Pendapatan nasional.

Menurut John dan Darvies (dikutip oleh Vazifehdust dan Farokhian, 2011), *“new form of competition in insurance industry has [been] seen [in] which companies are needed to consider new ways to build customer satisfaction ... to increase their competitive power.”* Pernyataan tersebut mendukung wacana bahwa upaya-upaya yang dilakukan perusahaan asuransi demi menghadapi persaingan usaha yang terjadi, seharusnya mengacu pada peningkatan kepuasan pelanggan. Pernyataan serupa didukung oleh penelitian yang dilakukan Sasmita, dkk (2006) yang menyatakan bahwa *“terciptanya kepuasan pelanggan memberikan manfaat dalam keberhasilan suatu usaha yang bergerak dalam bidang jasa.”* Berdasarkan teori manajemen pemasaran, kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Tjiptono (2011), kepuasan pelanggan salah satunya dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan. Dan menurut Parasuraman dalam Tjiptono dkk (2008:331), terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Dua faktor tersebut adalah jasa yang diharapkan, dan jasa yang dipersepsikan. Dalam penerapannya, baik buruknya kualitas pelayanan, bergantung pada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Menurut Philip Kotler (2008:139) kepuasan memiliki makna sebagai berikut: “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Berkaitan dengan semakin ketatnya persaingan bisnis khususnya di bidang jasa Asuransi maka untuk dapat memenangkan persaingan sekaligus agar dapat bertahan PT Prudential Life Assurance melakukan berbagai strategi dalam menjalankan bisnisnya. Selain harga yang menjadi pertimbangan ada beberapa pertimbangan lain yang tak kalah penting Antara lain yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan.

Pelayanan merupakan salah satu faktor penting dan utama dalam sebuah usaha di bidang jasa, dimana para pelanggan akan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik Akan tetapi perusahaan akan kehilangan pelanggan apabila pelayanan yang diberikan tidak memuaskan. Selain itu dengan didukung produk yang lengkap dan memenuhi syarat serta harga yang sesuai maka tentulah hal tersebut akan membuat konsumen merasa terpuaskan. Dengan adanya integrasi unsur-unsur tersebut tentu akan menjadi kunci keberhasilan perusahaan jasa untuk meningkatkan informasi membangun kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan.

Definisi pelayanan menurut Kotler (dalam Fajar Laksana 2008:85) “Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.”

Menurut Mowen dan Minor (dalam Sudaryono, 2016:78), kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.

Menurut Brown (dalam Sudaryono 2008:79), “kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa”. Sementara itu Kotler (dalam Tjiptono), berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Dari beberapa definisi di atas ternyata terdapat persamaan yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila mengkonsumsi atau memakai suatu produk (barang atau jasa). sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi atau merasakan manfaat produk atau jasa.

Jumlah Keluhan Pemegang Polis Asuransi jiwa Prudential Life Assurance di KPM Bandung tahun 2015 s.d 2017

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Keluhan Nasabah**

Jenis keluhan	2015	2016	2017
<b>Pelayanan Agen</b>	<b>71</b>	<b>83</b>	<b>102</b>
<b>Kesehatan dan Pendidikan</b>	<b>44</b>	<b>51</b>	<b>66</b>
<b>Potongan Harga</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>13</b>
<b>Sub Total</b>	<b>120</b>	<b>144</b>	<b>181</b>

*Sumber : Data diolah oleh peneliti tahun 2018*

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa jumlah keluhan nasabah semakin meningkat dari tahun ke tahun adapun keluhan tersebut mengenai Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan pada PT Prudential Life Assurance di KPM Bandung. Keluhan yang pertama mengenai Pelayanan yang dilakukan oleh karyawan atau tenaga pemasar/agen terhadap nasabah. Selanjutnya adalah mengenai produk Asuransi yaitu produk kesehatan dan pendidikan kemudian mengenai harga produk.

Hal tersebut menjadi penguat akan adanya fenomena negatif bagi Perusahaan Asuransi PT Prudential Life Assurance di KPM Bandung. Sehingga melalui pemaparan diatas penulis tertarik untuk mengetahui sejauh mana pengaruh dari Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap kepuasan nasabah pada PT Prudential Life Assurance di KP Bandung. Maka dari itu penelitian ini diberi judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan nasabah pada PT Prudential Life Assurance di KPM Bandung”**

## 1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana Pelaksanaan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan serta Kondisi Kepuasan Nasabah pada PT Prudential Life Assurance di KPM Bandung ?
2. Seberapa Besar pengaruh Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan nasabah pada PT Prudential Life Assurance di KPM Bandung ?
3. Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Prudential Life Assurance di KPM Bandung ?
4. Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Prudential Life Assurance di KPM Bandung?

### 1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas peneliti mengajukan perumusan masalah adalah “ **Apakah Terdapat Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Prudential Life Assurance di KPM Bandung ?**”

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah Sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dan Kondisi Kepuasan Nasabah pada PT Prudential Life Assurance di KPM Bandung
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan nasabah pada PT Prudential Life Assurance di KPM Bandung
3. Menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan nasabah pada PT Prudential Life Assurance di KPM Bandung
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Prudential Life Assurance di KPM Bandung

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan pada umumnya dibidang pemasaran.

2. Aspek Praktis

- a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam praktek bidang pemasaran selain itu juga diharapkan

dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa dalam pembuatan penelitian.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan terutama bidang pemasaran.

c. Peneliti lain

Sebagai informasi tambahan dan referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Pemasaran.

## **1.4 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis**

### **1.4.1 Kerangka Pemikiran**

Menurut Irawan (2008 : 37) kepuasan pelanggan di tentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Irawan berpendapat ada lima driver utama pelanggan yaitu kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan.

Berdasarkan uraian diatas peneliti memilih dua faktor untuk mengukur kepuasan nasabah pada PT Prudential Life Assurance yaitu Kualitas Produk dan kualitas Pelayanan dapun alasan untuk memilih kedua item tersebut dikarenakan menyesuaikan dengan permasalahan yang ada pada perusahaan PT Prudential Life Assurance di KPM Bandung.

Kualitas Produk ( *Product Quality*) dan Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Merupakan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi kepuasan Pelanggan.



Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (*Product Quality*) dan Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) terhadap tingkat kepuasan konsumen. Untuk mengetahui secara lebih jelas mengenai pengaruh tersebut dan menentukan arah persoalan dalam penelitian agar sesuai dengan tujuan penelitian.

Menurut Tjiptono yang dikutip oleh Raharja (2011: 100) Adapun Tolak Ukur Kualitas Produk yang baik meliputi dimensi diantaranya sebagai berikut :

1. *Performance* ( Aspek Fungsional), merupakan Karakteristik utama yang di pertimbangkan konsumen dalam membeli barang tersebut.
2. *Aesthetics* Merupakan karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.
3. *Special features* Yaitu aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
4. *Conformance* Hal ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.

Menurut Kotler (dalam Fajar Laksana 2008:85) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dapat di kaitkan pada satu produk fisik.

Berdasar definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan yang berupa pemberian layanan atau melayani pihak-pihak yang membutuhkan guna memenuhi kebutuhannya. Di mana pelayanan ditujukan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang ditandai oleh berkurangnya keluhan dari konsumen.

Untuk mengukur kualitas pelayanan ada delapan dimensi menurut David Garvin (dalam Fajar Laksana 2008: 89) diantaranya adalah sebagai berikut :

1. ***Performance* (Performansi)** Berkaitan dengan aspek fungsional dari produk itu dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu produk, yaitu meliputi **Faster** (lebih cepat) dan **Cheaper** (Lebih murah)
2. ***Feature*** (keistimewaan tambahan) merupakan aspek kedua dari performansi yang menambah fungsi dasar berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.
3. ***Reliability*** (Kehandalan) berkaitan dengan tingkat probabilitas atau kemungkinan suatu produk melaksanakan fungsinya. Secara berhasil dalam periode waktu tertentu, dengan demikian kehandalan merupakan karakteristik yang merefleksikan kemungkinan atau probabilitas tingkat keberhasilan dalam penggunaan produk itu.
4. ***Conformance*** (Konformansi) berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan, konformansi merefleksikan derajat dimana karakteristik desain produk dan karakteristik operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan tuhan (**Conformance to Requirements**)
5. ***Durability*** (daya tahan) merupakan ukuran masa pakai suatu produk karakteristik ini berkaitan dengan daya tahan produk itu.
6. ***Service Ability*** (kemampuan pelayanan) merupakan pelayanan yang berkaitan dengan kecepatan, keramahan, kesopanan, kompetensi kemudahan serta akurasi dalam perbaikan.
7. ***Aesthetics*** (Estetika) merupakan karakteristik yang bersifat subyektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari referensi atau pilihan individual. Dengan demikian estetika dari suatu produk lebih banyak berkaitan dengan perasaan pribadi dan mencakup karakteristik tertentu.

8. *Perceived Quality* (kualitas yang dirasakan) bersifat subyektif berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengkonsumsi produk.

#### 1.4.2 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban praduga yang dianggap besar kemungkinannya untuk menjadi jawaban yang benar. Hipotesis adalah jawaban sementara atas suatu persoalan yang masih harus dibuktikan kebenarannya di dalam kenyataan, percobaan, atau praktek. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

##### 1. Hipotesis 1

Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Asuransi pada PT Prudential Life Assurance di KPM Bandung

##### 2. Hipotesis 2

Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan Nasabah Asuransi pada PT Prudential Life Assurance di KPM Bandung.

##### 3. Hipotesis 3

Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan

## **1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian di kantor pemasaran mandiri Prudential Freedom 1 Team yang terletak di jalan Sunda no. 7c Bandung 40262. Peneliti memilih lokasi ini karena posisi kantor yang cukup strategis berada di pusat kota. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah nasabah pemegang polis asuransi PT Prudential Life Assurance KPM Bandung.

### **1.5.2 Lamanya Penelitian**

Penelitian ini akan berlangsung selama 6 bulan. Dimulai dari bulan Oktober 2018 sampai dengan Maret 2019. Adapun jadwal kegiatan peneliti yang akan dilaksanakan dijelaskan pada tabel 1.2

**Tabel 1.2**  
**Jadwal Kegiatan Penelitian**

No	Keterangan	Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
<b>TAHAP PERSIAPAN</b>																										
1	Penjajagan	■																								
2	Studi Kepustakaan	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
3	Pengajuan Judul	■	■																							
4	Penyusunan Usulan Penelitian	■	■	■	■	■	■																			
5	Seminar Usulan Penelitian											■														
6	Bimbingan																									
<b>TAHAP PENELITIAN</b>																										
1	Pengmpulan Data																									
	a. Observasi				■																					
	b. Wawancara				■																					
	c. Kuisisioner																									
2	Pengolahan Data																									
3	Analisis Data																									
<b>TAHAP PEYUSUNAN</b>																										
1	Penyusunan Laporan																									
2	Perbaikan Laporan																									
	Sidang Skripsi																									
4	Perbaikan Laporan																									

