

**PENGARUH NILAI PREMI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMILIHAN ASURANSI JASINDO OTO**

(Studi Kasus Pada PT. Asuransi Jasindo Semarang)

Sunriati Grace Febriasih Silitonga¹, Sri Suryoko², Saryadi³

Email: D2D009072@yahoo.com

Abstract

Auto insurance is an insurance product Jasindo motor vehicle owned by PT. Insurance Jasindo Semarang (Persero). Several factors will determine the selection decision is the value of insurance premiums and quality of service. Premium value or price has two main roles in the decision making process of the buyer, that is the allocation role and information role. Good quality services will give a good image or reputation in the eyes of consumers so that consumers will be attracted to choose services. This study aimed to determine the effect of premium value and service quality toward the selection decision of insurance. Type of research is explanatory research. With a sample of 78 respondents who use jasindo oto insurance through non probability sampling technique which is purposive sampling. The analysis technique uses test validity, reliability testing, simple linear regression, multiple linear regression, t test and F test with SPSS tools 15. The results showed an effect of premium value of 85,1% against the decision of the selection jasindo auto insurance. Affect the quality of service is 90,8% against the decision of the selection of auto insurance jasindo. Simultaneously, the influence rate of premium value and service quality is at 92,3%. Based on data analysis, it can be inferred partially and simultaneously that the premium value and service quality significantly influence selection decision and have a very strong level of closeness relationship. Suggested, the company needs to conduct training for employees to improve their skills regarding information presentation techniques.

Keywords : Premium Value, Service Quality, Selection Decision

Asuransi jasindo oto merupakan produk asuransi kendaraan bermotor yang dimiliki oleh PT. Asuransi Jasindo Semarang (Persero). Beberapa faktor yang akan menentukan keputusan pemilihan asuransi ialah nilai premi dan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan *image* atau reputasi yang baik di mata konsumen sehingga konsumen akan tertarik untuk memilih jasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari nilai premi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan. Tipe penelitian yang digunakan adalah eksplanatori riset, dengan sampel 78 responden asuransi jasindo oto melalui teknik *non probability sampling*, yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear sederhana, regresi linear berganda, uji t dan uji F dengan alat bantu SPSS 15. Hasil penelitian menunjukkan nilai premi berpengaruh sebesar 85,1% terhadap keputusan pemilihan asuransi jasindo oto. Kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 90,8% terhadap keputusan pemilihan asuransi jasindo oto. Secara simultan, besarnya pengaruh nilai premi dan kualitas pelayanan sebesar 92,3%. Berdasarkan hasil analisa data dapat disimpulkan secara parsial maupun secara simultan bahwa nilai premi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan dan mempunyai tingkat keeratan hubungan yang sangat kuat. Disarankan perusahaan perlu melakukan pelatihan bagi karyawan untuk meningkatkan skill mengenai teknik menyampaikan informasi.

Kata Kunci : Nilai Premi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pemilihan

¹Sunriati Grace Febriasih Silitonga, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, D2D009072@yahoo.com

²Sri Suryoko, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³Saryadi, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

PENDAHULUAN

Jasa merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketakberwujudan (*intangibility*) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Asuransi merupakan salah satu jenis jasa (Paul D. Converse et.al dalam Tjiptono; 2002:246) yang semakin dibutuhkan masyarakat dewasa ini.

PT. Asuransi Jasindo Semarang (Persero) adalah asuransi yang juga bersaing di tengah banyaknya lembaga perasuransian. PT. Asuransi Jasindo Semarang (Persero) memiliki bentuk pelayanan dan spesifikasi tertentu yang berbeda dengan asuransi lainnya. Nilai premi atau harga erat kaitannya pula dengan pelayanan. Harga dan kualitas pelayanan bisa menjadi pensimulator tertanggung dalam mengambil keputusan pemilihan atau keputusan penggunaan jasa PT. Asuransi Jasindo Semarang (Persero). Dalam tiga tahun terakhir PT. Asuransi Jasindo Semarang (Persero) menunjukkan terjadinya penurunan antara target omzet dengan pencapaian dan penurunan produksi premi salah satu produk unggulan PT. Asuransi Jasindo Semarang (Persero), yaitu asuransi kendaraan bermotor yang dikenal dengan nama asuransi jasindo oto. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya kepercayaan dan pelayanan yang diberikan ke masyarakat, dan dapat pula menunjukkan ketidaksesuaian antara nilai premi/harga yang ditawarkan dengan jenis pelayanan serta manfaat yang diperoleh dari pelayanan tersebut dengan yang diharapkan konsumen.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah (a) untuk mengetahui pengaruh nilai premi terhadap keputusan pemilihan PT. Asuransi Jasindo Semarang (Persero) (b) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan PT. Asuransi Jasindo Semarang (Persero) (c) untuk mengetahui pengaruh nilai premi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pemilihan PT. Asuransi Jasindo Semarang (Persero).

KAJIAN TEORI

Nilai adalah harga; jumlah uang yang sebenarnya diterima yang diperoleh dalam pertukaran suatu barang atau jasa (Moeliono, 1989: 615). Premi adalah pembayaran dari tertanggung kepada penanggung sebagai imbalan jasa atas pengalihan resiko kepada penanggung. Dengan demikian, nilai premi adalah jumlah uang sebagai imbal jasa atas perlindungan dari penanggung kepada tertanggung. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa, sedangkan dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa (Fandy Tjiptono, 1997: 151).

Kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan yang meliputi kecepatan dalam melayani konsumen, kesediaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan penyerahan barang atau produk secara baik (Kotler, 2003: 210).

Menurut Parasuraman, dkk (dalam R. Lupiyoadi 2006: 182) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu: (a) Berwujud (*tangible*) (b) Keandalan (*reliability*), (c) Ketanggapan (*responsiveness*), (d) Jaminan dan kepastian (*assurance*), (e) Empati (*empathy*).

Keputusan pemilihan dapat dikatakan sebagai keputusan pembelian atau keputusan penggunaan jasa. Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian

informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian (Basu Swasta dan T. Hani Handoko, 2000: 15).

Hipotesis dalam penelitian ini adalah (a) Ada pengaruh yang signifikan antara nilai premi terhadap keputusan pemilihan PT. Asuransi Jasindo Semarang (Persero) (b) Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan PT. Asuransi Jasindo Semarang (Persero) (c) Ada pengaruh yang signifikan antara nilai premi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan PT. Asuransi Jasindo Semarang (Persero).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian *explanatory research*, yaitu jenis penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel penelitian dan menguji hipotesis yang ada. Pada penelitian ini penulis menjelaskan & menguji hubungan antara variabel bebas (Nilai Premi dan Kualitas Pelayanan) dan variabel terikat (Keputusan Pemilihan). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 78 orang responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan syarat-syarat sebagai berikut: (a) pengguna asuransi jasindo oto \pm 1 tahun (b) berdomisili di Semarang (c) pengambil keputusan (d) dapat diwawancarai. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner, wawancara, dan studi kepustakaan, sedangkan instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Uji validitas dinilai dari *corrected item total correlation* yang lebih besar dari r tabel. Sedangkan uji reliabilitas dengan *cronbach alfa*. Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis korelasi, regresi sederhana dan berganda, serta uji t dan F.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka didapat hasil sebagai berikut:

No	Uji Hipotesis	Hasil			Keterangan Hipotesa
		t hitung/ F hitung	Signifikansi	Korelasi Determinasi	
1	Pengaruh Nilai Premi (X ₁) terhadap Keputusan Pemilihan (Y)	20,831	0,000	0,922 85,1%	Ha Diterima
2	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X ₂) terhadap Keputusan Pemilihan (Y)	27,442	0,000	0,953 90,8%	Ha Diterima
3	Pengaruh Nilai Premi (X ₁) dan Kualitas Pelayanan (X ₂) terhadap Keputusan Pemilihan (Y)	447,720	0,000	0,961 92,3%	Ha Diterima

Sumber: Hasil penelitian yang sudah diolah, 2013

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai premi berpengaruh terhadap keputusan pemilihan, dimana hasil uji korelasi antara keduanya yaitu 0,922. Hasil uji determinasi antara nilai premi terhadap keputusan pemilihan sebesar 85,1%, ini berarti variabel keputusan pemilihan dapat dijelaskan oleh variabel nilai premi.

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pemilihan, dimana hasil uji korelasi antara keduanya yaitu 0,953. Hasil uji determinasi antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan sebesar 90,8%, ini berarti variabel keputusan pemilihan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan.

Nilai premi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pemilihan, hasil uji korelasinya yaitu 0,961 yang berarti hubungan antara nilai premi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan adalah sangat kuat. Hasil uji determinasi antara nilai premi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan sebesar 92,3%, ini berarti variabel keputusan pemilihan dapat dijelaskan oleh variabel nilai premi dan kualitas pelayanan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari analisis bahwa hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh antara nilai premi terhadap keputusan pemilihan PT. Asuransi Jasindo Semarang (Persero) dapat diterima. Variabel nilai premi mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan pemilihan, dengan tingkat signifikansi sebesar 5% dan dapat diperoleh nilai dari t tabel sebesar 1,9908, sedangkan nilai dari t hitung sebesar 20,831. Hal ini dapat disimpulkan nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $20,831 > 1,9908$ sehingga dapat dikatakan ada pengaruh antara variabel nilai premi terhadap keputusan pemilihan. Selain itu, variabel nilai premi mempunyai nilai koefisien determinasi sebesar 0,851 atau 85,1%, hal ini berarti bahwa pengaruh yang diberikan nilai premi sebesar 85,1%, sedangkan sisanya 14,9% dipengaruhi faktor lain selain nilai premi.

Hipotesis yang kedua menyatakan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan PT. Asuransi Jasindo Semarang (Persero) dapat diterima. Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, dengan tingkat signifikan 5% dan diperoleh nilai dari t tabel sebesar 1,990, sedangkan nilai dari t hitung sebesar 27,442. Hal ini terlihat bahwa t hitung $>$ t tabel, yaitu $27,442 > 1,990$ sehingga dapat dikatakan ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan. Selain itu, variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai koefisien determinasi sebesar 0,908 atau 90,8%. Hal ini berarti bahwa pengaruh yang diberikan kualitas pelayanan sebesar 90,8%, sedangkan sisanya 9,2% dipengaruhi oleh faktor lain selain kualitas pelayanan.

Hipotesis yang ketiga menyatakan ada pengaruh antara nilai premi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan pemilihan dapat diterima. Hasil penelitian berdasarkan uji F dihasilkan angka sebesar 447,720 dan F tabel 3,12. Maka berdasarkan hasil uji statistik tersebut dapat dilihat bahwa F-hitung $>$ F-tabel yaitu $447,720 > 3,12$, sehingga menunjukkan bahwa variabel nilai premi dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan tertanggung dalam memilih PT. Asuransi Jasindo Semarang (Persero) dimana variabel kualitas pelayanan yang mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pemilihan dibandingkan variabel nilai premi. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan sebesar 90,8%, dimana variabel yang lain sebesar 85,1% untuk variabel nilai premi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh nilai premi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan PT. Asuransi Jasindo Semarang (Persero) dapat disimpulkan sebagai berikut :

Variabel nilai premi mempunyai pengaruh positif terhadap variable keputusan pemilihan sehingga hipotesis diterima. Nilai koefisien determinasi (KD) sebesar 85,1%. Hal ini membuktikan bahwa nilai premi mengindikasikan suatu hubungan yang sangat kuat terhadap keputusan pemilihan jasa asuransi, dengan nilai premi yang murah dan mendapatkan manfaat yang lebih mendorong adanya keputusan pemilihan, sehingga semakin murah dan besar manfaat yang didapat nanti maka akan semakin menarik bertanggung untuk melakukan keputusan pemilihan.

Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pemilihan sehingga hipotesis diterima. Nilai koefisien determinasi (KD) yaitu sebesar 90,8%. Hal ini membuktikan bahwa dengan memberikan pelayanan yang berkualitas bertanggung akan lebih mudah untuk melakukan pengambilan keputusan dalam memilih asuransi, maka akan semakin menarik bertanggung untuk melakukan keputusan pemilihan. Namun demikian, masih ada sedikit keluhan tentang kemampuan karyawan menyampaikan informasi yang masih kurang baik dan masih dijumpai layanan yang kurang adil.

Variabel nilai premi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh positif terhadap variable keputusan pemilihan (Y) sehingga hipotesis diterima. Nilai koefisien determinasi (KD) yaitu sebesar 92,3% dimana terdapat jumlah terbesar pada variabel kualitas pelayanan sebesar 90,8%. Hal ini membuktikan dengan manfaat yang di dapat dari nilai premi asuransi yang murah serta kualitas pelayanan yang baik maka akan semakin menarik bertanggung dalam melakukan keputusan pemilihan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut :

Perusahaan perlu melakukan pelatihan-pelatihan bagi para karyawan untuk meningkatkan skill mengenai teknik menyampaikan informasi secara baik dan mengasah kemampuan verbal dalam menyampaikan informasi.

PT. Asuransi Jasindo Semarang (Persero) haruslah memberikan pelayanan yang sama dengan semua tertanggungnya tanpa ada pilih kasih atau mendahulukan tertanggung tertentu bila dikaitkan dengan hubungan kekerabatan. Perlakuan adil terhadap semua tertanggung PT. Asuransi Jasindo Semarang (Persero) tanpa membeda-bedakan harus lebih ditingkatkan lagi.

DAFTAR REFERENSI

- Kotler, Philip. (1999). *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, Rambat. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moeliono, Anton M. (1989). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sugiyono. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.