

ANALISIS KEPUASAN PEMEGANG POLIS ATAS PELAYANAN PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE SMI SEMARANG

Ruditya Endy Pratama

ABSTRAKSI

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pemegang polis PT. Prudential Life Assurance SMI Semarang atas kualitas pelayanan yang diberikan kepada pemegang polis. Kesimpulannya adalah tingkat kepuasan nasabah dari dimensi mutu keandalan, koresponsifan, jaminan, empati dan bukti langsung mendekati kesesuaian dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Hasil analisis membuktikan bahwasesuaian antara harapan dan kinerja faktor pelayanan yang cepat dan tepat mengenai proses penerbitan polis yang diberikan, memiliki kesesuaian antara kinerja dengan harapan pelanggan sebesar 87,45%, pelayanan yang cepat dan tepat terhadap proses penarikan premi yang diberikan adalah sebesar 90,11%, prosedur pengadministrasian serta pembayaran yang tidak sulit sebesar 85,27%, pemberian informasi secara jelas dan gampang dimengerti yang diberikan sebesar 84,05%, kesigapan pegawai prudential life assurance SMI Semarang untuk membantu pelanggan sebesar 88,25%, kemampuan karyawan untuk cepat tanggap terhadap keluhan dan masalah yang disampaikan sebesar 83,30%, penerimaan telepon dari pelanggan dengan baik dan cepat sebesar 80,19%, keakuratan dalam memberikan informasi apabila terjadi klaim sebesar 83,55 %, pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki pegawai dalam bekerja sebesar 85,78%, pelayanan yang sopan dan ramah yang diberikan sebesar 89,89%, kejujuran yang dimiliki oleh pegawai sebesar 87,44%, jaminan keamanan dan kepercayaan terhadap pelanggan sebesar 82,53%, secara keseluruhan analisa atas pelayanan jasa yang diberikan PT. prudential life assurance cukup memuaskan bagi para pemegang polis.

Kata kunci: Kepuasan pelanggan, Pelayanan.

ANALYSIS OF INSURANCE POLICE HOLDER'S SATISFACTION UPON SERVICE OF PT. PRUDENTIAL LIFE SMI SEMARANG

Abstract

The purpose of this study is to examine the satisfaction of insurance police holder of PT. Prudential Life SMI Semarang upon service rendered to insurance police holder. This study uses the type of descriptive research. The results of this research is satisfaction of customer based on dimension of quality of responsiveness, reliability, assurance, empathy and direct evidence which is nearly in accordance with customers expectation. Result of analysis shows that accordance between expectation and performance of the quick and proper service about the process of police issuance was 87.45%. The process of police cashing was 90.11%, administration procedure and easy payment was 85.27%, providing clear and easy-to-understand information was 84.05%, responsiveness of PT. Prudential Life SMI Semarang's employee was 88.25%, capability of employee to respond to complaint and problem of customers was 83.30%, answering telephone from customer well and quickly was 80.19%, accuracy of information related to claims was 83.55%, employee's knowledge and skill was 85.78%, polite and friendly service were 89.89%, employee's integrity was 87.44%, assurance of security and trust against customers was 82.53%. Generally, result of analysis shows that service of PT. Prudential Life SMI Semarang toward insurance police holder was satisfactory enough.

Keywords: Customer satisfaction, Service.

Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan kemajuan pembangunan dan dinamisnya kehidupan, aktivitas manusia terus bervariasi dan kompleks. Kehidupan manusia juga selalu dihadapkan pada suatu peristiwa yang tidak pasti. Diantara peristiwa-peristiwa yang tidak pasti tersebut, dapat menimbulkan suatu keuntungan maupun kerugian. Peristiwa yang merugikan tersebut yang dinamakan risiko. Risiko yang dihadapi manusia semakin lama semakin tinggi. Bidang Asuransi hadir untuk menjawab kebutuhan masyarakat akan adanya jaminan terhadap risiko.

Jenis risiko yang ditanggung oleh perusahaan Asuransi juga berbeda-beda, sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para Pemegang Polisnya. Secara garis besarnya perusahaan asuransi yang ada di Indonesia dibagi menjadi empat, yakni Asuransi Jiwa, Asuransi Kerugian, Asuransi Re-asuransi dan asuransi Sosial (Djojosoedarso, 2003 : 73-74). Termasuk dalam Asuransi Jiwa adalah pelimpahan risiko yang berhubungan dengan kematian, kesehatan, maupun pendidikan.

Mengingat besarnya manfaat yang diperoleh dari asuransi tersebut, maka kemauan dan kesadaran manusia untuk berasuransi semakin meningkat terutama di negara-negara maju. Namun di Indonesia sendiri, kesadaran masyarakat untuk berasuransi masih rendah (Wanandi, www.TokohIndonesia.com) . Hal ini disebabkan masyarakat Indonesia masih menganggap bahwa asuransi bukan merupakan kebutuhan pokok. Masih rendahnya jumlah Pemegang Polis (pemegang polis) di Indonesia memberikan peluang bagi perusahaan asuransi untuk dapat lebih meningkatkan pangsa pasarnya.

Kondisi demikian mau tidak mau semakin mendorong persaingan sempurna diantara perusahaan asuransi (*Rivalry Among Life Insurance Companies*). Persaingan antar perusahaan Asuransi Jiwa yang sangat ketat akan menciptakan suatu kondisi dimana produk dan fasilitas yang ditawarkan relatif sama, sehingga persaingan yang terjadi bukan hanya pengembangan produk dan fasilitas tetapi juga *service*/layanan agar tercipta kepuasan pelanggan lebih diutamakan. Sebagai perusahaan jasa, kepuasan pada Pemegang Polis tentu saja menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Layanan yang kurang / tidak memuaskan akan mendorong konsumen (pemegang polis) pindah ke perusahaan lain yang sejenis.

Memperhatikan hal tersebut, sangatlah penting bagi perusahaan asuransi untuk memperhatikan tingkat kepuasan pemegang polis. Jika Pemegang polis puas, maka perusahaan dapat mempertahankan pangsa pasar yang telah ada dan menambah Pemegang Polis yang baru. Tingkat kepuasan Pemegang Polis asuransi biasanya dapat dilihat dari tingginya tingkat pemutusan kontrak asuransi atas jumlah keseluruhan Pemegang Polis. Semakin tinggi tingkat pemutusan kontrak polis asuransi mengindikasikan adanya faktor-faktor ketidakpuasan dari para Pemegang Polis sehingga mereka menghentikan kontrak asuransi tersebut.

PT. Prudential Life Assurance merupakan salah satu asuransi yang ada di Indonesia. Dengan memahami kebutuhan-kebutuhan para nasabah *PT. Prudential Life Assurance* selalu menciptakan inovasi baru dan menawarkan produk-produk yang sesuai untuk nasabah. *PT. Prudential Life Assurance* menawarkan produk-produk asuransi jiwa dan investasi yang lengkap guna memenuhi kebutuhan para nasabah. Berikut adalah pengembangan produk dari *PT. Prudential Life Assurance* yang disesuaikan dengan perubahan gaya hidup dan tujuan finansial nasabah yaitu produk-produk *unit link* yang meliputi; PRUlink assurance account, PRUlink

investor account, PRU syariah. Produk-produk kesehatan berupa, PRUmajor medical, dan PRUhospital care.

PT. Prudential Life Assurance mempunyai jumlah pelanggan yang cukup banyak, tetapi tiap tahunnya mengalami fluktuatif jumlah pelanggannya. Untuk lebih jelasnya data target dan realisasi jumlah Pemegang Polis yang ingin dicapai *PT. Prudential Life Assurance* dalam 3 tahun terakhir yaitu:

Tabel. 1.1

Data Target Dan Realisasi Jumlah Pemegang Polis

PT. Prudential Life Assurance (3 tahun terakhir)

TAHUN	TARGET	REALISASI
2008	2500	2107
2009	2750	2380
2010	3000	2630

Melihat data di atas terdapat adanya target yang ingin dicapai oleh *PT. Prudential Life Assurance*. Namun target tersebut belum tercapai untuk tiga tahun terakhir yang mana untuk tahun 2008 target hanya tercapai sebesar 84,28% atau 2107 Pemegang Polis yang dicapai. Sedangkan untuk tahun 2009 target tercapai sebesar 86,54% atau 2380 Pemegang Polis. Untuk tahun 2010 target dinaikkan menjadi 3000 Pemegang Polis, dan yang terealisasi hanya 2630 Pemegang Polis atau 87,66%.

Dalam kurun waktu 3 tahun *PT. Prudential Life Assurance SM1 Semarang* telah melakukan pembayaran klaim dengan data sebagai berikut:

Tabel 1.2

Data Jumlah Pembayaran klaim PT. Prudential Life Assurance (3 tahun terakhir)

Pembayaran	2008	2009	2010
klaim			
Klaim PRUmed	1513	1633	1756
Klaim kematian	78	55	73
Klaim cacat	-	8	12
Klaim crisis cover	24	15	32
Klaim waiver	-	1	8
Klaim lain-lain	-	-	-
TOTAL	1615	1712	1811

Manajemen perusahaan harus memahami faktor-faktor apa saja yang dapat memberikan kepuasan maksimal bagi para Pemegang Polis. Faktor-faktor tersebut dilihat dari dimensi kualitas jasa/ pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “*Analisis Kepuasan Pemegang Polis Terhadap Pelayanan PT. Prudential Life Assurance*”.

KERANGKA TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pelayanan merupakan suatu sikap (rencana tindakan) / cara pengelola dalam melayani pelanggan secara memuaskan (Tjiptono, 1996:127). Sedangkan menurut Simamora (2001:172), pelayanan adalah suatu kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Dari definisi-definisi di atas maka penyedia layanan membutuhkan strategi tersendiri dalam memberikan pelayanan terbaik atau pelayanan prima. Pelayanan prima (*service excellent*) adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya agar mereka selalu loyal kepada organisasi atau perusahaan.

Aplikasi kualitas sebagai suatu sifat dari penampilan produk/ kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun strategi untuk terus tumbuh.

Ada 2 hal yang menjadikan kualitas jasa / pelayanan faktor yang sangat penting dalam suatu bisnis jasa saat ini. Pertama, dewasa ini perusahaan pada dasarnya bersaing dalam hal pelayanan atau jasa. Kedua, keunggulan berfungsi sebagai salah satu faktor penentu strategi keunggulan bersaing *competitive advantage* dalam memenangkan persaingan.

Definisi kualitas jasa / pelayanan berkisar pada usaha untuk memenuhi harapan pengguna jasa terhadap suatu pelayanan dengan cepat dan tepat. Parasuraman dan kawan-kawan (dalam Tjiptono, 1996:174) mendefinisikan kualitas jasa/ pelayanan sebagai penyampaian jasa / pelayanan yang unggul sesuai dengan harapan pengguna jasa, meliputi proses produksi jasa. Selain itu ia juga mendefinisikan kualitas jasa/ pelayanan dari anggapan pengguna jasa yaitu sebagai tingkat kesesuaian antara harapan dengan sikap pengguna jasa.

Keunggulan produk jasa tidak tergantung dari keunikan serta fasilitas yang diperlihatkan jasa tersebut, apakah sudah sesuai harapan dan keinginan dari pelanggan. Kualitas pelayanan sendiri menurut Kotler (dalam Supranto 1997:231) memiliki 5 determinan, yaitu:

- a. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya.
- b. Koresponsifan (*responsiveness*) yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dalam memberikan jasa dengan cepat tanggap.
- c. Keyakinan (*confidence*) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan “*assurance*”.
- d. Empati (*emphaty*). yaitu syarat untuk peduli, memberi perhatian secara personal kepada pelanggan.
- e. Berwujud (*tangible*) yaitu penampilan fisik, peralatan, personil dan media komunikasi.

Dimensi kualitas jasa yang harus diperhatikan manajemen menurut (Gasperz 1997:67) antara lain:

- a. Ketepatan waktu pelayanan yaitu berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses.

- b. Akurasi Pelayanan. Berkaitan dengan realibilitas pelayanan dan kebebasan kesalahan.
- c. Kesopanan dan keramah-tamahan dalam memberikan pelayanan. Diutamakan diberlakukan pada mereka yang berinteraksi langsung dengan pelanggan eksternal, seperti operator telepon, kasir, penerima tamu. Disebabkan citra pelayanan industri jasa sangat ditentukan oleh orang-orang perusahaan yang ada di garis depan dalam melayani langsung pelanggan eksternal.
- d. Tanggungjawab, menerima order dan menangani keluhan pelanggan eksternal.
- e. Kelengkapan, berkaitan lingkup pelayanan dan adanya sarana pendukung.
- f. Kemudahan mendapatkan pelayanan yaitu berkaitan dengan banyaknya outlet serta petugas yang melayani disamping dukungan fasilitas.
- g. Variasi model pelayanan, berkaitan dengan banyaknya outlet serta petugas yang melayani disamping dukungan fasilitas.
- h. Pelayanan pribadi, berkaitan dengan fleksibilitas penanganan.
- i. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan. Berkaitan dengan lokasi, ruang, ruang pelayanan, penyedia tempat parkir dan lain-lain.
- j. Atribut pendukung pelayanan lainnya, seperti kebersihan lingkungan ruang tunggu, hiburan, dan lain-lain

Ada delapan dimensi kualitas jasa yang dikembangkan Garvin (dalam Tjiptono dan Diana, 2001:27), yaitu :

1. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Kehandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Perusahaan harus dapat memahami perilaku konsumen pasar sasaran karena kelangsungan hidup perusahaan sebagai organisasi yang ingin memenuhi kebutuhan konsumen tergantung pada perilaku konsumennya. Oleh sebab itu diyakini yang menjadi kunci utama dalam memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan pada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas. Pelanggan sendiri memiliki konsep baik secara tradisional sebagai orang yang membeli dan menggunakan produk perusahaan maupun secara modern yang mencakup pelanggan eksternal (tiap orang yang membeli produk perusahaan) dan pelanggan internal (semua pihak dalam organisasi yang sama yang menggunakan jasa suatu bagian atau departemen tertentu).

Menurut Tjiptono (1996:24) tentang kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelum dan kinerja *actual produk* yang dirasakan setelah pemakaiannya”.

Menurut Engel (dalam Tjiptono, 1996:126) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan sebagai evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) yang sama atau melampaui harapan pelanggan.

Pada Hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Oleh karena itu hanya dengan memahami proses dan pelanggan maka organisasi dapat menyadari dan menghargai makna kualitas. Apa pun yang dilakukan manajemen tidak akan ada gunanya bila akhirnya tidak menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan (Tjiptono & Diana, 2001:102). Terdapat hubungan erat antara kualitas produk dan pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah (Kotler, 1994: 48).

Dari teori diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan atau Pemegang Polis sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, dalam hal ini PT. Prudential Life Assurance SM1 Semarang, yang mana hal tersebut salah satu upaya untuk mempertahankan pelanggan agar tidak beralih ke perusahaan lain.

Devy (2007) dalam tesisnya yang berjudul “Analisa Kualitas Pelayanan Jasa Asuransi Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan” menyimpulkan: Dimensi-dimensi kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Asuransi Mitsui Sumitomo Indonesia kepada pelanggannya, dan sebagai tolak ukur tingkat kepuasan pelanggan, yang mengacu pada tingkat kesesuaian antara kenyataan kualitas pelayanan yang diberikan dengan harapan pelanggan terhadap pelayanan tersebut.

Paramitasari (2010) dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Publik di Puskesmas” menyimpulkan bahwa: Secara keseluruhan kualitas pelayanan kesehatan dasar pada puskesmas sudah baik. Hal ini bisa dilihat dari nilai IKM setelah dikonversi sebesar 76,60 yang berada pada interval konversi 62,51 - 81,25 sehingga mutu pelayanan B dan kinerja unit pelayanan baik. Namun dari 14 unsur pelayanan dalam Indeks Kepuasan Masyarakat, masih ada beberapa unsur yang kinerjanya kurang baik, yaitu Prosedur pelayanan, persyaratan pelayanan, kepastian jadwal pelayanan, kedisiplinan petugas pelayanan, kesopanan dan keramahan petugas, sehingga masih perlu dilakukan peningkatan kinerja pada bagian tersebut.

Artanto (2007) dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan atas Kualitas Pelayanan” menyimpulkan: Dari dimensi keandalan, pelanggan menyatakan puas. Dari dimensi jaminan, pelanggan menyatakan sangat puas. Dari dimensi empati, pelanggan menyatakan sangat puas. Dari dimensi bukti wujud, pelanggan menyatakan puas. Rata-rata kelima dimensi sebesar 90,21% secara umum menunjukkan nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diterima.

Hasil perhitungan dengan menggunakan uji Z menunjukkan bahwa secara umum masih ada kesenjangan antara harapan nasabah dengan kinerja yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk cabang Salatiga. Hal ini bisa dilihat dari hasil penghitungan nilai probabilitas penerimaan HA (Hipotesis Alternatif) rata-rata sebesar $(0,000 < 0,05)$ yang berarti bahwa Z hitung $(-5,296)$ berada di luar daerah penerimaan $H_0 (-1,96)$, sehingga HA (Hipotesis Alternatif) dapat diterima.

Sari (2007) dalam skripsinya yang berjudul “Analisa Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen” KFC Mall Ciputra Semarang, menyimpulkan: Pada dimensi keandalan dapat menunjukkan bahwa nilai kesesuaian yang didapat dari ketepatan dan kecepatan pramusaji adalah 96,43% sehingga menunjukkan pelanggan merasa sangat puas. Hipotesis pada penelitian ini adalah “ada kesenjangan antara rata-rata kinerja kualitas pelayanan dengan nilai rata-rata harapan kualitas pelayanan”. Diperoleh nilai Z hitung rata-rata sebesar 5,2368 dan dengan taraf signifikan 95%

(0,005). Nilai Z hitung tersebut lebih kecil dari Z table (-1,96) dan berada pada daerah penolakan H_0 . Sehingga hipotesa yang telah ditetapkan dapat diterima.

Metode Penelitian

Penetapan tipe penelitian merupakan unsur penting yang mengarahkan penelitian pada bentuk pembahasan yang telah ditetapkan. Tipe penelitian yang digunakan adalah survey deskriptif analisis.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 1999:72).

Dalam penelitian ini populasinya adalah Pemegang Polis. Berdasarkan data yang dimiliki oleh perusahaan sepanjang tahun 2010, Pemegang Polis PT. *Prudential Life Assurance* SM1 Semarang. sebanyak 305 Pemegang Polis.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 1999:73) yang dijadikan sampel penelitian ini adalah Pemegang Polis Asuransi Prudential di SM1 Semarang Teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Simple Random sampling yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 1999:74).

Dalam penelitian ini penulis memperoleh data dari data primer. Data primer merupakan data yang secara langsung dikumpulkan sendiri oleh peneliti di lapangan. Data ini melalui kuesioner yang diisikan secara langsung oleh responden berupa identitas responden, serta tanggapan responden

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data khusus, yaitu data yang berhubungan dengan tanggapan pemegang polis mengenai tingkat kepuasannya atas kinerja pelayanan PT. *Prudential Life Assurance* SM1 Semarang dan data mengenai gambaran umum perusahaan. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Dimensi Keandalan

- a. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Pelayanan yang cepat dan tepat mengenai proses penerbitan polis sebesar 4,18 sehingga pelanggan merasa puas.
- b. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Pelayanan yang cepat dan tepat terhadap proses penarikan premi sebesar 4,10 sehingga pelanggan merasa puas.
- c. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal. Prosedur pengadministrasian serta pembayaran yang tidak sulit sebesar 3,88 sehingga pelanggan merasa puas.
- d. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Pemberian informasi secara jelas dan gampang dimengerti sebesar 3,90 sehingga pelanggan merasa puas.

Jadi tingkat kepuasan untuk dimensi keandalan adalah sebesar 4,02 yang berarti pelanggan merasa puas terhadap kinerja pelayanan pada dimensi ini.

2. Dimensi Daya Tanggap

- a. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Kesigapan Pegawai Untuk membantu pelanggan sebesar 3,98 sehingga pelanggan merasa puas
- b. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Kemampuan karyawan untuk cepat tanggap terhadap keluhan dan masalah yang disampaikan sebesar 3,84 sehingga pelanggan merasa puas.

c. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Penerimaan telepon dari pelanggan dengan baik dan cepat sebesar 3,32 sehingga pelanggan merasa cukup puas
Jadi tingkat kepuasan untuk dimensi keandalan adalah sebesar 3,71 yang berarti pelanggan merasa puas terhadap kinerja pelayanan pada dimensi ini.

3. Dimensi Jaminan

- a. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Keakuratan dalam memberikan informasi apabila terjadi klaim sebesar 3,81 sehingga pelanggan merasa puas
- b. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki pegawai dalam bekerja sebesar 3,92 sehingga pelanggan merasa puas.
- c. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Pelayanan yang sopan dan ramah sebesar 3,91 sehingga pelanggan merasa puas
- d. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Kejujuran yang dimiliki oleh pegawai sebesar 3,9 sehingga pelanggan merasa puas
- e. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Jaminan keamanan dan kepercayaan terhadap pelanggan sebesar 3,59 sehingga pelanggan merasa puas.

Jadi tingkat kepuasan untuk dimensi daya tanggap adalah sebesar 3,83 yang berarti pelanggan merasa puas terhadap kinerja pelayanan pada dimensi ini.

4. Dimensi Empati

- a. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Perhatian secara khusus dari pegawai kepada pemegang polis atas masalah yang dihadapi apabila terjadi klaim sebesar 3,56 sehingga pelanggan merasa puas
- b. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Tanggapan yang diberikan pegawai mengenai keluhan pelanggan / pemegang polis sebesar 3,88 sehingga pelanggan merasa puas
- c. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Frekuensi agen untuk mendatangi pelanggan sebagai wujud perhatian sebesar 3,46 sehingga pelanggan merasa cukup puas
- d. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Pemberian pelayanan terhadap semua pemegang polis tanpa pilih-pilih sebesar 3,69 sehingga pelanggan merasa puas.

Jadi tingkat kepuasan untuk dimensi jaminan adalah sebesar 3,65 yang berarti pelanggan merasa puas terhadap kinerja pelayanan pada dimensi ini.

5. Dimensi Bukti Langsung

- a. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Peralatan dan perlengkapan perkantoran yang diberikan guna menunjang pelayanan sebesar 3,45 sehingga pelanggan merasa puas
- b. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Kenyamanan ruangan sebesar 3,81 sehingga pelanggan merasa puas
- c. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Penampilan pegawai yang menarik dan rapi dalam memberikan pelayanan sebesar 3,77 sehingga pelanggan merasa puas
- d. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Lahan parkir yang luas dan aman sebesar 3,38 sehingga pelanggan merasa cukup puas
- e. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Keanekaragaman produk yang ditawarkan sebesar 3,48 sehingga pelanggan merasa puas
- f. Nilai rata-rata pelaksanaan/ kinerja dalam hal Penataan Ekterior dan interior ruangan pada kantor sebesar 3,45 sehingga pelanggan merasa puas

Jadi tingkat kepuasan untuk dimensi empati adalah sebesar 3,56 yang berarti pelanggan merasa puas terhadap kinerja pelayanan pada dimensi ini.

PENUTUP

Simpulan

Kesimpulannya adalah tingkat kepuasan nasabah dari dimensi mutu keandalan koresponsifan, jaminan, empati dan bukti langsung mendekati kesesuaian dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Hasil analisis membuktikan bahwa kesesuaian antara harapan dan kinerja faktor pelayanan yang cepat dan tepat mengenai proses penerbitan polis yang diberikan, memiliki kesesuaian antara kinerja dengan harapan pelanggan sebesar 87,45%, pelayanan yang cepat dan tepat terhadap proses penarikan premi yang diberikan adalah sebesar 90,11%, prosedur pengadministrasian serta pembayaran yang tidak sulit sebesar 85,27%, pemberian informasi secara jelas dan gampang dimengerti yang diberikan sebesar 84,05%, kesiapan pegawai prudential life assurance SM1 Semarang untuk membantu pelanggan sebesar 88,25%, kemampuan karyawan untuk cepat tanggap terhadap keluhan dan masalah yang disampaikan sebesar 83,30%, penerimaan telepon dari pelanggan dengan baik dan cepat sebesar 80,19%, keakuratan dalam memberikan informasi apabila terjadi klaim sebesar 83,55 %, pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki pegawai dalam bekerja sebesar 85,78%, pelayanan yang sopan dan ramah yang diberikan sebesar 89,89%, kejujuran yang dimiliki oleh pegawai sebesar 87,44%, jaminan keamanan dan kepercayaan terhadap pelanggan sebesar 82,53%, secara keseluruhan analisa atas pelayanan jasa yang diberikan PT. prudential life assurance cukup memuaskan bagi para pemegang polis.

Saran

Saran yang dapat disampaikan adalah perusahaan perlu meningkatkan kinerjanya dalam hal keakuratan dalam memberikan informasi apabila terjadi klaim dan peningkatan terhadap peralatan dan perlengkapan perkantoran yang diberikan guna menunjang pelayanan. Atribut pelayanan yang dianggap oleh pelanggan baik, kinerja perusahaan di atas rata-rata, sehingga pelanggan menjadi puas. Tugas pihak manajemen perusahaan adalah meningkatkan kinerja yang sudah ada agar tetap baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Artanto Dwi. 2007. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan atas Kualitas Pelayanan*. Skripsi. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Devy. 2007. *Analisa Kualitas Pelayanan Jasa Asuransi Terhadap Tingkat Kepuasan Pelayanan*. Tesis. Jakarta. Universitas Indonesia.
- Gasperz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas Jasa dalam Industri Jasa : Strategi untuk Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 1994. *Manajemen Pemasaran: Analisa, perencanaan, Implementasi dan pengendalian*. Jakarta. Erlangga. Edisi keenam.
- Mutia Eka. 2007. *Analisa Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Skripsi. Semarang. Universitas Diponegoro.

- Permatasari Desi. 2010. *Analisis Kualitas Pelayanan Publik di Puskesmas*. Skripsi. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Sari. 2007. *Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Skripsi. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. . Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. CV Alfabeta.
- Swasta. 1996. *Azas-Azas Manajemen*. Yogyakarta. Liberty. Edisi ketiga.
- Supranto. 1997. *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan : untuk meningkatkan pangsa pasar*. Jakarta. PT. Rineka Cipta.
- Supranto.2002. *Metode Riset : Aplikasinya dalam Pemasaran*. Jakarta. PT. Rineka Cipta.
- Talenta Rosari. 2007. *Analisa Kualitas Pelayanan Jasa Asuransi Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Skripsi. Jakarta. Universitas Indonesia.
- Tjiptono, Diana. 2001, *Strategi Pemasaran. Edisi 2. Cetakan ke lima*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 1996. *Strategi Bisnis Dan Manajemen*. Yogyakarta. . Penerbit Andi. Edisi pertama.
- Umar, Husain. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta Ghalia Indonesia. Wanandi. Tokoh Indonesia.com.