

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bisnis asuransi dimasa sekarang sudah tidaklah asing diketahui oleh berbagai kalangan masyarakat. Banyak masyarakat yang menggunakan asuransi dalam perencanaan keuangannya, yaitu dalam menjaga aset-aset yang dimiliki untuk menghindari dari berbagai dampak kerugian atau resiko tertentu yang akan terjadi di masa depan.

Pengertian asuransi ialah sesuatu kegiatan akad antara penjamin, yang dengan balasan pembayaran sesuatu bonus yang sudah disetujui, berikrar buat membagikan sesuatu penukaran ataupun khasiat pada tertanggung pada satu pihak serta tertanggung ataupun pihak yang ditunjuk bagaikan pihak yang lain. (Junaedy Ganie, 2002)

Terdapat 2 jenis asuransi, yang pertama adalah asuransi umum. Asuransi umum yaitu asuransi yang memberikan jaminan atau perlindungan terhadap harta benda jika terjadi kerugian atau resiko pada harta benda berharga yang dimiliki seseorang. Yang kedua asuransi jiwa. Yaitu asuransi yang memberikan perlindungan terhadap jiwa seseorang jika terjadi resiko merugikan terhadap jiwa seseorang. Seperti sakit, kecelakaan lalu lintas, bahkan meninggal dunia.

Asuransi bisa digunakan untuk berbagai pilihan perencanaan, baik untuk dana pendidikan, dana pensiun, dana warisan maupun dana keadaan darurat kesehatan. Kemajuan asuransi sekarang ini terus meningkat. Dengan adanya resiko kehidupan seperti sakit, cacat, meninggal dunia ditambah dengan keadaan ekonomi yang krisis. Seperti biaya kesehatan meningkat, biaya kebutuhan hidup terus naik, dan biaya pendidikan. Membuat kesadaran masyarakat untuk perencanaan keuangannya dengan berinvestasi dan membeli produk asuransi jiwa.

Asuransi jiwa pula banyak bertumbuh di Indonesia, nampak dari banyaknya industri asuransi jiwa yang berdiri serta bekerja di semua

negara. Tidak cuma dari dalam negara, industri garis besar pula telah masuk serta membuka bisnisnya di Indonesia. Lebih dari 100 industri asuransi yang terdaftar serta diawasi oleh Daulat Pelayanan Finansial(OJK) serta Federasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), 50 antara lain adalah perusahaan asuransi jiwa (*data OJK per 31 Desember 2016*) seperti asuransi prudential indonesia, AIA, AXA, Allianz, Tokio Marine, merupakan beberapa bisnis asuransi jiwa di indonesia, dan masih banyak lagi bisnis-bisnis asuransi lainnya di indonesia.

Seperti sekarang ini adanya asuransi jiwa yang ditawarkan oleh pemerintah seperti Jamsostek, Kis, serta BPJS kesehatan yang sedang marak digunakan oleh masyarakat pada saat ini. Sehingga membuat asuransi swasta atau premi sebagian besar mengalami penurunan. Pada industri yang beroperasi dibidang pelayanan yang membidik pada kebahagiaan nasabah (klien). Suatu industri wajib tetap mencermati komunikasi dengan menjalankan aktivitas jasa yang dan bagus yang bisa memusatkan pembelian serta kebahagiaan klien (nasabah).

Dengan banyaknya bisnis jasa industri di bidang asuransi sekarang ini sehingga membuat persaingan ketat antara pelaku-pelaku bisnis asuransi. Baik untuk persaingan pasar ataupun persaingan merekrut sumber daya. Dengan itu persaingan bisnis asuransi makin ketat dengan adanya pelaku-pelaku bisnis asuransi baru yang ada. Walaupun persaingan asuransi jiwa makin ketat dengan seiring berjalannya waktu, itu membuktikan kalau bidang usaha asuransi jiwa di Indonesia memiliki kemampuan yang lumayan besar serta pemahaman warga Indonesia kepada artinya asuransi jiwa pula lalu bertambah (**Sumber: [www.frontier.com](http://www.frontier.com)**).

Dengan banyaknya bisnis asuransi jiwa yang ada, membuat para perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dalam menarik hati nasabahnya. Karena produk-produk asuransi makin sini makin bervariasi, dan berbeda-beda dengan setiap perusahaan lainnya. Dengan adanya bisnis asuransi dengan produk-produk yang bervariasi, membuat masyarakat lebih

selektif dalam memilih perusahaan asuransi yang akan digunakannya. Karena untuk para konsumen sebuah kualitas produk yang menjamin, serta pelayan yang berkualitas, menjadi hal paling utama yang dijadikan sebuah pertimbangan penting.

Dalam teori manajemen pemasaran, bahwa ada beberapa hal atau faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono (2011), salah satu yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu oleh kualitas pelayanan. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono dkk (2008), ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Kedua faktor ini adalah pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan. Baik tidaknya kualitas pelayanan, tergantung pada kemampuan penyedia jasa untuk secara konsisten memenuhi harapan pelanggan.

Faktor lain yang dianggap memiliki kontribusi penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Konsep kualitas produk menunjukkan bahwa kualitas produk ditentukan oleh konsumen, sehingga perusahaan harus dapat memahami persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Menurut Juran (1999) "*higher qualities enables companies to increase customer satisfaction ...*" Oleh karena itu, kualitas produk penting untuk diteliti dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen adalah hal yang harus diperhatikan dan dicapai bagi seorang penjual atau produsen. Bagi semua perusahaan yang bergelut dibidang bisnis, tidak dapat dipungkiri bahwa produsen menginginkan pelanggannya puas, baik itu terhadap produk, merek ataupun pada kualitas pelayanan mereka (*produsen*).

Karena salah satu upaya agar penjualan sebuah produk lebih menarik dan unggul dari produk-produk lainnya yaitu dengan memberikan produk yang berkualitas serta pelayanan baik yang membuat kepuasan terhadap nasabahnya. Karena semakin baik pelayan yang diberikan produsen kepada konsumennya akan membuat konsumennya puas dengan perusahaan tersebut (Parasuraman, 2001). Pelayanan yang berkualitas yaitu pelayanan yang dicoba dengan paham, cekatan, ramah serta kilat.

Dengan membagikan jasa, memunculkan rasa suka atas jasa serta angka lebih dalam jasa hendak membuat pelanggan puas.

Dalam memastikan pilihannya pelanggan hendak memilah cocok dengan apa yang mereka mau serta butuhkan dan membuat batin mereka merasa puas alhasil menyudahi buat membeli kembali produk itu. Bagi Kotler serta Keller (2009: 19) ketetapan atensi beli pelanggan salah satunya ditetapkan ataupun dipengaruhi oleh evaluasi kepada produk serta jasa yang bermutu. Pelanggan mengarah dan menggemari produk yang menawarkan mutu, kemampuan, ataupun fitur inovatif yang terbaik. Mutu mempunyai ikatan yang amat akrab dengan kebahagiaan pelanggan (Tjiptono, 2008: 54).

Jika sebuah perusahaan gagal dalam memuaskan nasabah atau konsumennya maka perusahaan tersebut akan mengalami masalah yang cukup besar. Karena umumnya jika seorang pelanggan yang tidak puas mereka cenderung akan menyampaikan kekecewaannya kepada pelanggan atau konsumen lainnya. Karena tidak dapat memuaskan hati konsumennya maka semua itu akan berdampak buruk untuk sebuah perusahaan.

Kualiatas dengan kepuasan pelanggan saling berhubungan erat. Kualiatas dapat membuat keinginan kepada konsumen (nasabah) untuk mengikat ikatan yang kokoh dengan suatu industri. Dalam waktu jangka panjang. Jalinan semacam ini membolehkan industri buat menguasai dengan saksama impian klien dan keinginan mereka. Dengan begitu, industri bisa tingkatkan kebahagiaan klien di mana industri memaksimumkan pengalaman klien yang mengasyikkan serta meminimumkan pengalaman klien yang kurang mengasyikkan. Dengan ketatnya kompetisi, tiap-tiap fasilitator pelayanan dituntut buat membagikan mutu jasa yang baik pada klien supaya kepuasannya terwujud.

PT. Asuransi Prudential merupakan salah satu perusahaan asuransi di Indonesia dengan jumlah nasabah yang banyak. PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) didirikan pada tahun 1995 dan

merupakan bagian dari Prudential PLC, sebuah grup perusahaan jasa keuangan terkemuka di Inggris. Sebagai bagian dari grup dengan pengalaman lebih dari 168 tahun di industri asuransi jiwa, Prudential Indonesia berkomitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia.

Prudential Indonesia menyediakan berbagai produk dan layanan yang dirancang untuk memenuhi dan melengkapi kebutuhan finansial para pelanggannya di Indonesia. Sejak tahun 2007, Prudential Indonesia juga telah mendirikan unit bisnis syariah dan telah diakui sebagai pemimpin pasar asuransi jiwa syariah di Indonesia sejak didirikan. Per tanggal 31 Desember 2019. Prudential Indonesia berkantor pusat di Jakarta dan kantor pemasaran di Medan, Surabaya, Bandung, Denpasar, Batam, dan Semarang. Lebih dari 260.000 pemasar berlisensi di 383 kantor pemasaran independen (KPM) di Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, Yogyakarta, Batam, dan Bali melayani sekitar 2 juta pelanggan. Meskipun begitu, pertumbuhan jumlah pemegang polis asuransi jiwa Prudential mengalami fluktuasi yang cenderung menurun.

Perihal inilah yang mendesak peneliti buat mengenali lebih jauh lagi mengenai tingkat kepuasan pelanggan sehabis menyambut jasa spesialnya dari PT Asuransi Prudential agen Bandung, dengan ini dapat dikenal format jasa manakah yang sangat besar pengaruhnya membagikan kepuasan untuk nasabah.

**Tabel 1.1 jumlah nasabah dan pencapaian target pemasaran PT. asuransi prudential cabang Bandung Buah batu dari tahun**

NO	Tahun	Jumlah Nasabah	% Pertumbuhan
1	2013	1.723	-
2	2014	1.344	-28%
3	2015	1.434	6%
4	2016	1.832	22%
5	2017	1.444	-27%

Sumber : PT. Asuransi Prudential bandug

Jumlah pemegang polis asuransi PT. Asuransi Prudential Bandung Buah Batu mengalami penurunan pada tahun 2014 dan 2017 perkiraan disebabkan oleh menurunnya tingkat kepuasan nasabah. perkiraan tersebut didukung dengan meningkatnya jumlah keluhan pada tahun ke tahun.

Hal inilah yang menjadi alasan mengapa peneliti terdorong untuk mengetahui lebih jauh tentang tingkat kepuasan konsumen setelah mendapatkan kualitas produk dan pelayanan khususnya dari PT Asuransi Prudential Bandung. Sehingga dapat dilihat dimensi pelayanan mana yang memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan konsumen.

Riset ini diharapkan pada PT. Asuransi Prudential agen Bandung lebih meningkatkan lagi jasa yang belum berkuasa pengaruh kebhagiaan pelanggan serta menjaga jasa yang berkuasa pengaruh tingkatan kebhagiaan pelanggan. Alhasil PT. Asuransi Prudential agen Bandung bisa tingkatkan *market share* serta senantiasa populer dikancah kompetisi. Bersumber pada penjelasan diatas, hingga pengarang terpikat buat melangsungkan riset dengan kepala karangan **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH PT. ASURANSI PRUDENTIAL CABANG JALAN BUAH BATU BANDUNG”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan penjelasan yang diperoleh dapat diidentifikasi masalah antara lain:

1. Jumlah bisnis asuransi di Indonesia semakin banyak, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat bagi asuransi prudential.
2. Secara persentase, jumlah pemegang polis jasa asuransi mengalami penurunan setiap tahunnya
3. Adanya pelanggan yang tidak puas akan sebuah produk dan pelayanan yang baik.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat penulis uraikan beberapa permasalahan yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah PT. Asuransi Prudential cabang jalan Buah Batu Bandung?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah PT. Asuransi Prudential cabang jalan Buah Batu Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh antara kualitas produk dan pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah PT. Asuransi Prudential cabang jalan Buah Batu Bandung?

## **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk kepada tingkatan kepuasan nasabah PT. Asuransi Prudential cabang jalan Buah Batu Bandung.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan kepada tingkatan kepuasan nasabah PT. Asuransi Prudential cabang jalan Buah Batu Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kualitas produk serta pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah PT. Asuransi Prudential cabang jalan Buah Batu Bandung.



## **E. Manfaat penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat langsung dalam dunia pendidikan atau secara tidak langsung. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak wawasan dan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah (konsumen) pada kualitas produk dan pelayanan di perusahaan PT. Asuransi Prudential, serta diharapkan dapat menjadi sarana pengembangan ilmu pengetahuan.

### 2. Manfaat praktis

#### a. Bagi peneliti

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan, serta pengalaman praktek bagi peneliti.

#### b. Bagi akademis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi penelitian khususnya untuk bidang kualitas produk dan pelayanan jasa ataupun yang lainnya.

#### c. Bagi PT. Asuransi Prudential Cabang Bandung

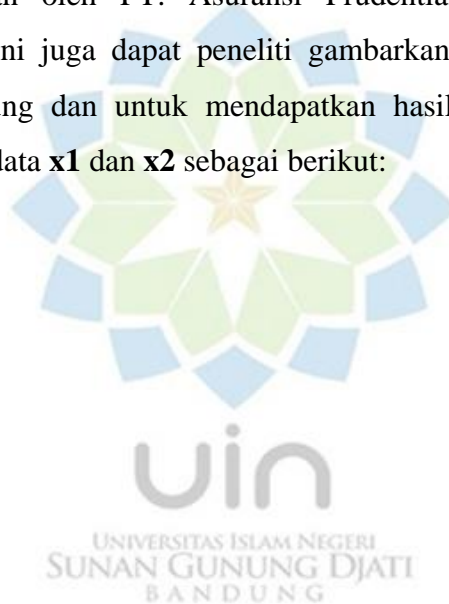
Semoga dapat dijadikan sumber informasi untuk dapat meningkatkan kualitas produk ataupun pelayanan agar dapat memberikan kepuasan bagi para nasabah prudential dimasa sekarang ataupun masa yang akan datang.

## **F. Kerangka Berfikir**

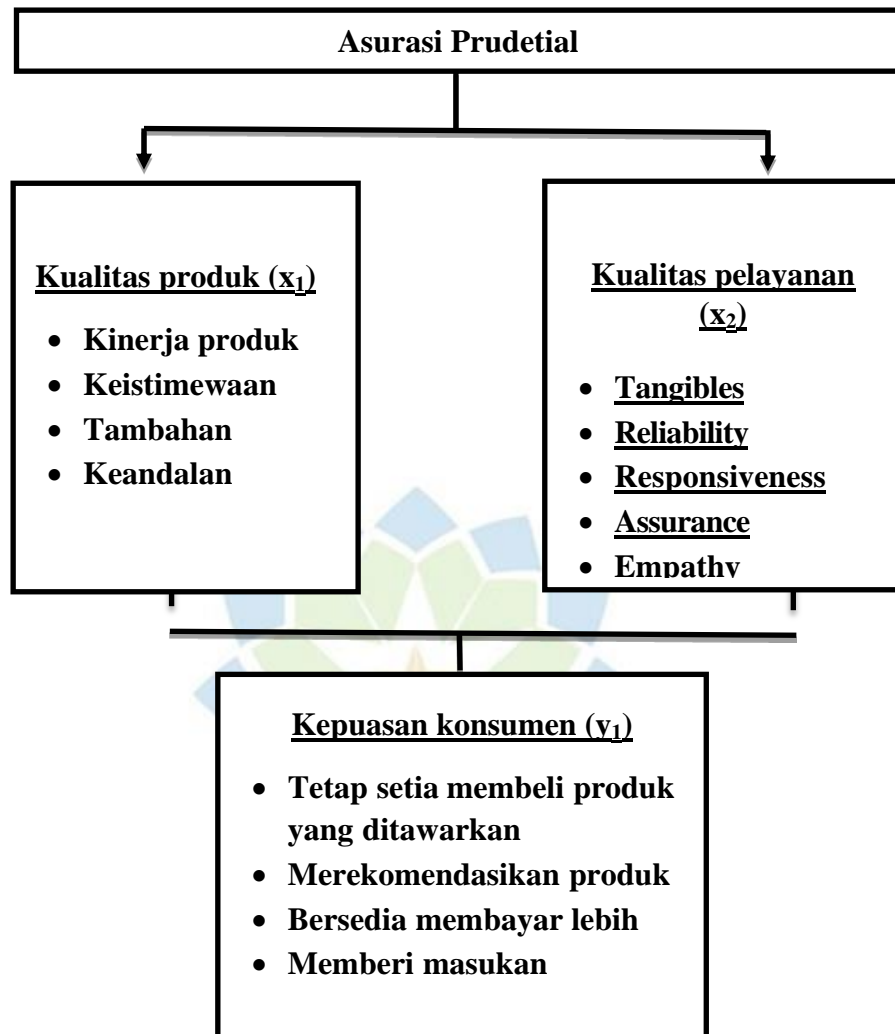
Seperti yang telah dipaparkan dan dibuktikan oleh beberapa peneliti terdahulu bahwa pada dasarnya kepuasan konsumen atau nasabah terhadap kualitas pelayanan dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa variabel untuk dianalisis dan untuk diketahui bagaimana pengaruh variabel tersebut. Hal



ini dapat digambarkan dengan hasil data **x1** yang merupakan rumusan data mengenai **kualitas produk** atau dikenal dengan *product performance* salah satunya seperti keistimewaan yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi, yang akan peneliti sandingkan dengan hasil data **x2** yang merupakan **kualitas pelayanan** atau dikenal sebagai *Service Quality* salah satunya seperti assurance yang disediakan, sehingga dari penggabungan hasil data **x1** dan **x2** dapat dilihat pada data akhir peneliti yaitu data **y1** sebagai bentuk dari tingkat **kepuasan konsumen** yang pada akhirnya mendapatkan hasil kesetiaan para nasabah untuk membeli setiap produk yang ditawarkan oleh PT. Asuransi Prudential Cabang Buah Batu Bandung. Hal ini juga dapat peneliti gambarkan dalam bentuk konsep untuk menghitung dan untuk mendapatkan hasil **y1** sebagai kepuasan konsumen dari data **x1** dan **x2** sebagai berikut:



Tabel 1. 2 kerangka Berpikir



Sumber: Kotler & Keller (2012); tipjono (2012); dan dikembangkan oleh penulis (2020).

## G. Hasil penelitian terdahulu

**Tabel 1. 3 Beberapa hasil penelitian terdahulu**

No	Nama peneliti	Juduli peneliti	Variabel	Metode	Hasil
1.	Nurul Fajar Muawal (2019)	<i>Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi: studi kasus pada pelanggan bengkel cipicung motor baleendah bandung</i>	Kualias pelayanan ( $X_1$ ) Loyalitas konsumen ( $y_1$ ) Kepuasan konsumen ( $y_2$ )	Metode Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
2.	Ade Irma Suryani. S (2012)	<i>Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada pt. Asuransi takaful umum cabang pekanbaru</i>	Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) Kepuasan ( $y_1$ )	Metode Penelitian Kuantitatif	Bahwa secara parsial tangible, responsiveness, assurance, dan empathy mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah pada PT Asuransi Takaful Umum Cabang Pekanbaru.
3	Aryawanitri raharja (2014)	<i>Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan nilai pelanggan, terhadap kepuasan pelanggan</i>	Kualitas pelayanan ( $x_1$ ) Kualitas produk ( $x_2$ ) Nilai pelanggan ( $x_3$ ) Kepuasan konsumen ( $y_1$ )	Metode Penelitian Kuantitatif	59,8% kepuasan pelanggan asuransi Prudential dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan nilai pelanggan dan sisanya yaitu

		<i>(Studi kasus pada nasabah PT. Prudential Life assurance Semarang)</i>			sebesar 40,2% dipengaruhi oleh variabel lain.
4	Ida Bagus Ngurah Satwika Purwa (2016)	<i>Peran kepercayaan nasabah dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah</i>	kualitas pelayanan ( $X_1$ ) kepercayaan konsumen ( $Y_1$ ) kepuasan konsumen ( $Y_2$ )	Metode Penelitian Kuantitatif	Kualitansi pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada PT. Satwikai Purwa Negara
5	Yan Arby sutisna (2019)	<i>Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada pt.</i>	Kualitas pelayanan ( $x_1$ ) Kualitas produk ( $x_2$ ) Kepuasan konsumen ( $y_1$ )	Metode Penelitian Kuantitatif	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap
6	Bangun Rahmat (2018)	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Pada Barbershop Barber cuts Padalarang</i>	Kualitas pelayanan ( $x_1$ ) harga ( $x_2$ ) Kepuasan konsumen ( $y_1$ )	Metode Penelitian Kuantitatif	bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan Konsumen.

**Sumber : skripsi peneliti terdahulu**

## H. Hipotesis

1. Terdapat pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap tingkat kepuasan konsumen ( $Y_1$ ) PT. Asuransi Prudential Cabang jalan Buah Batu Bandung.
2. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap tingkat kepuasan konsumen ( $Y_1$ ) PT. Asuransi Prudential Cabang jalan Buah Batu Bandung.

