

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN NASABAH TERHADAP PRODUK ASURANSI
PRU-LINK ASSURANCE ACCOUNT PLUS
Studi Kasus Pada Pru AINI General Agency Merbaumas Medan

Suhardi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2009

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik nasabah Pru AINI General Agency Merbaumas Medan pengguna jasa *Pru-Link Assurance Account Plus* serta untuk menganalisis tanggapan nasabah terhadap kualitas produk jasa asuransi *Pru-Link Assurance Account Plus*.

Jenis penelitian yang akan dilakukan oleh penulis berupa studi kasus. Subjek penelitian meliputi setiap nasabah/ pengguna produk *Pru-link Assurance Account Plus* yang ditemui di kantor Pru AINI General Agency Merbaumas Medan maupun nasabah yang ditemui via agen asuransi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pengguna produk jasa *Pru-link Assurance Account Plus* yang berjumlah 200 orang dan jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah 127 responden. Teknis analisis data menggunakan analisis gap dan *Importance – Performance Analysis*.

Kesimpulan yang diperoleh adalah (1) Hasil penelitian berdasarkan karakteristik nasabah membuktikan bahwa responden kebanyakan adalah laki-laki (53,54%), berusia antara 20 sampai 30 tahun (43,31%), berpendidikan SMA/setingkatnya (67,72%), berprofesi sebagai karyawan swasta (37,8%), dan mayoritas berpenghasilan di atas Rp.10.000.000 per bulan (31,5%). (2) Faktor atribut kualitas produk jasa memberikan kontribusi terhadap kepuasan nasabah produk *Pru-Link Assurance Account Plus* yang diberikan oleh Pru AINI General Agency Merbaumas Medan. (3) Hasil evaluasi kinerja dengan *Importance & Performance Matrix* menunjukkan adanya atribut yang perlu segera diperbaiki oleh manajemen, utamanya adalah atribut pelayanan yang masuk dalam kuadran 1, yaitu wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting bahkan sangat penting oleh konsumen, namun pada kenyataannya pihak Pru AINI General Agency Merbaumas Medan belum mampu menunjukkan kinerja sesuai dengan harapan atau tingkat kepentingan nasabah.

ABSTRACT

FACTORS INFLUENCING
CUSTOMER SATISFACTION TOWARD INSURANCE PRODUCT
PRU-LINK ASSURANCE ACCOUNT PLUS
A Case Study on Pru AINI General Agency Merbaumas Medan

Suhardi
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2009

This study has two objectives, those are to identify customer's characteristic of *Pru-Link Assurance Account Plus* customer on Pru AINI General Agency Merbaumas Medan and to analyze customer response toward product quality of *Pru-Link Assurance Account Plus* in Pru AINI General Agency Merbaumas Medan.

This is a case study research. The subject are customers of *Pru-link Assurance Account Plus* who come to Pru AINI General Agency Merbaumas Medan office and customers that was met by insurance agent. The object is about customer satisfaction towards insurance product of *Pru-link Assurance Account Plus*. The population on this research are all of *Pru-Link Assurance Account Plus* customer (200 peoples) and sum of sample that used on this research are 127 respondents. The data analysis use Gap analysis and Importance – Performance Analysis.

The research concluded that (1) Majority of respondents are male (53,54%), aged between 20 till 30 years old (43,31%), high school graduates (67,72%), private employee (37,8%), and earn more than Rp.10.000.000 per month (31,5%). (2) The quality of service product has contribution toward customer satisfaction of *Pru-Link Assurance Account Plus* on Pru AINI General Agency Merbaumas Medan. (3) Performance evaluation result with Importance & Performance Matrix show that there are some attributes necessary to improve by Pru AINI General Agency Merbaumas Medan management, especially on service attributes that include on 1st quadrant, *that is* area consist of important even most important factors for customer, but on fact Pru AINI General Agency Merbaumas Medan management do not show performance like customer expectation or customer importance.