

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENYELESAIAN KLAIM TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ASURANSI KENDARAAN BERMOTOR PADA PT ASURANSI INTRA ASIA

Marthen Freddy¹, Wahyuari², Erizal³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti, Jakarta Timur 13210, Indonesia

ARTICLE INFO

PBJ use only:

Received date

Revised date

Accepted date

Kata kunci (Keywords)

*Brand image,
premium price,
purchase interest,
insurance*

ABSTRACT

This research is for knowing the effect of service quality and claim settlement toward customer satisfaction of PT. Intra Asia Insurance. This research used quantitative description method, 83 sample were taken as respondents by answering the questionnaires for customers of PT. Intra Asia Insurance. To analyze this research, writer used validation test, reliable test, double regression, and classic assuming test, data processing used SPSS version 24. This research show quality service variable score $t_{count} 4.058 > t_{table} 1,990$. So, hypothesis which accepted is independent variable (quality service) as partial (individual) has significant effect of dependent variable (customer satisfaction), while quality service variable score $t_{count} 4.413 > t_{table} 1,990$ so hypothesis 0 which accepted is independent variable (quality service) as partial (individual) doesn't have significant effect of dependent variable (claim settlement)

© 2020 Indonesian Insurance Journal. ALL RIGHTS RESERVED

¹ Koresponden penulis:

DOI:

ISSN:

A. PENDAHULUAN

Dewasa ini teknologi di bidang industri pengangkutan baik darat, laut maupun udara berkembang dengan pesat.

Jenis Kendaraan Bermotor	2014	2015	2016	2017	2018
Mobil Pemumpang	12 399 038	13 480 373	14 580 666	15 423 968	16 440 857
Mobil Bus	2 393 846	2 420 917	2 456 898	2 500 256	2 538 182
Mobil Besar	6 235 136	6 611 028	7 063 433	7 289 910	7 729 544
Traktor	12 076 240	12 000 000	12 000 000	11 998 000	12 000 000
Jumlah	34 099 260	34 512 318	36 100 997	37 212 134	38 708 583

Sumber: Korpi Lala, Lintas Keperluan Populasi Indonesia (Korpi Lala)

Produksi kendaraan bermotor saat ini dari tahun ke tahun, dilihat dari pertumbuhan semakin meningkat jumlahnya yang merupakan dampak lain yang harus diperhitungkan dari segi ekonomi. Pertumbuhan kendaraan bermotor karena banyaknya konsumen yang membutuhkan untuk operasionalnya setiap hari dan ditambah dengan segala macam kemudahan kepemilikan kendaraan bermotor yang ditawarkan oleh berbagai Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM), lembaga pembiayaan, showroom serta pihak – pihak yang terkait, hal itu terjadi karena iklim persaingan dalam bisnis penjualan kendaraan bermotor yang semakin sengit. Seiring dengan semakin meningkatnya jumlah kendaraan yang beredar di Indonesia terutama kota – kota besar, terlebih lagi Negara Indonesia merupakan salah satu pusat perakitan sekaligus target pasar otomotif yang paling besar di dunia, maka hal tersebut menimbulkan tingkat kerawanan kecelakaan maupun tindak kriminalitas terhadap kendaraan bermotor yang semakin tinggi. Apabila risiko – risiko tersebut menimpa kendaraan bermotor seseorang, maka pemilik kendaraan tersebut akan mengalami kerugian finansial dan mungkin juga timbulnya tanggung jawab hukum

terhadap pihak lain yang dirugikan sebagai akibat penggunaan kendaraan bermotor tersebut.

Untuk menghadapi berbagai risiko yang mungkin timbul akibat memiliki maupun menggunakan kendaraan bermotor, salah satu cara yang paling efektif dan efisien untuk melindungi kita dari risiko dalam memiliki dan menggunakan kendaraan bermotor yaitu dengan membeli produk asuransi kendaraan bermotor. Tujuan polis asuransi kendaraan bermotor adalah untuk meringankan beban kerugian yang mungkin diderita oleh pemilik atau pengguna kendaraan bermotor tersebut dengan memperoleh ganti rugi dari perusahaan asuransi, sehingga dapat mengembalikan posisi keuangan pelanggan pada posisi sesaat sebelum terjadinya kerugian atas kendaraan bermotor miliknya.

Menurut Nasution (2004:1) mengemukakan citra negatif yang melekat pada suatu produk membawa pengaruh negatif bagi perusahaan dan sebaliknya apabila citra positif melekat pada suatu produk maka akan membawa pengaruh positif pula bagi perusahaan, maka hal tersebut akan membuat pelanggan tidak akan membeli polis maupun memperpanjang polis yang sudah ada di perusahaan lain, meskipun penawaran yang diberikan tarif preminya lebih murah dan besarnya potongan yang diberikan kepadanya.

Bisnis asuransi kini sarat dengan persaingan, untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para

pelanggannya. Pelanggan yang tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan perusahaan lain yang

dapat memberikan kepuasan lebih baik, pada akhirnya laba perusahaan akan turun. Jika pelayanan yang diberikan oleh asuransi itu buruk, justru akan menimbulkan citra buruk terhadap sistem asuransi tersebut, dan akhirnya masyarakat akan menjauhi perusahaan asuransi yang

pelayanannya buruk.

Dengan semakin meningkatnya ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan, perusahaan jasa harus senantiasa melakukan *improvement* terhadap kualitas pelayanannya. Oleh karena itu untuk mengetahui bagaimana tingkat kualitas pelayanan klaim, kepuasan pelanggan asuransi serta pengaruh antara kualitas pelayanan

terhadap pelanggan yang mengajukan klaim perlu terus di monitor. Menurut Mulyadi (2001:5) mengemukakan sistem adalah jaringan prosedur yang di buat menurut pola yang terpadu untuk melaksanakan kegiatan pokok perusahaan. Marshall B. Romney, (2003:9) mengemukakan prosedur merupakan urutan klerikal yang terdiri dari menulis, menggandakan, menghitung member kode, mendaftar, memilih, memindah, dan membandingkan.

Menurut Brown, (2002:17) mengemukakan tujuan penyelesaian klaim fokus dan falsafah, klaim semua perusahaan asuransi adalah administrasi klaim yang cepat, adil, sopan. Menurut Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2012:13) dalam Manajemen Marketing kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap p kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Berdasarkan definisi tersebut kepuasan merupakan harapan yang ingin diperoleh pelanggan untuk mendapatkan hasil yang memuaskan dengan apa yang telah dilakukannya sehingga dari rasa puas tersebut akan terciptanya rasa emosional yang meliputi rasa senang apabila hasilnya

tercapai dan kecewa apabila yang didapat tidak tercapai. Kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui pelayanan yang berkualitas dalam hal kenyataan, janji, perhatian, *empaty*, dan jaminan. Dalam bisnis asuransi dikarenakan produk yang bersifat *intangibile*, maka penepatan janji yang tertuang dalam polis merupakan syarat terpenuhinya kualitas pelayanan yang prima. Jika janji tidak ditepati, maka pelanggan merasa dibohongi dan berpengaruh terhadap menurunnya angka kepuasan pelanggan. Salah satu hal yang penting dari isi janji asuransi di polis adalah penyelesaian klaim yang pelanggan ajukan sangat sulit atau bahkan terlihat seperti dipersulit dan terkesan perusahaan tidak mau membayarkan klaim tersebut, maka hal ini akan berakibat citra perusahaan yang menunjukkan kualitas pelayanan yang buruk. Berdasarkan dari pengamatan hambatan yang diketemukan oleh penulis di PT. Asuransi Intra Asia merupakan hambatan yang dihadapi dari sisi penanggung bukan dari sisi pelanggan. Hambatan yang terjadi dalam penyelesaian klaim asuransi kendaraan bermotor masih tidak tepat waktu, data-data nasabah dalam polis asuransi kendaraan bermotor yang sering salah dalam pengetikan

nomor rangka dan nomor mesin mengakibatkan terkendalanya dalam penyelesaian klaim yang terjadi.

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan seperti

penyampaian informasi tentang prosedur klaim yang kurang jelas, sehingga tidak dipahami oleh pelanggan asuransi kendaraan bermotor. Karyawan atau staf klaim masih ada yang kurangnya pengetahuan dimiliki khususnya tentang klaim asuransi kendaraan bermotor sehingga mengakibatkan komunikasi dengan pelanggan menjadi kurang lancar. Pada saat penerimaan klaim masuk, kurang

cepat dan tanggap untuk meregistrasi penerimaan klaim asuransi kendaraan bermotor dari pelanggan. Dan kurang memahami isi polis asuransi kendaraan bermotor sehingga pelanggan tidak memahami prosedur klaim. Pelanggan yang melakukan klaim kendaraannya, ketika akan memperbaiki kendaraannya tidak mudah untuk masuk ke bengkel rekanan karena kurangnya bengkel rekanan, tidak adanya rekomendasi dan arahan bagi pelanggan untuk memperbaiki kendaraannya pada bengkel rekanan yang dikehendaki. Setelah kendaraan dari pelanggan masuk ke bengkel rekanan, kendala yang dialami adalah surat perintah kerja dari bagian klaim yang lama dikeluarkan karena terlalu banyaknya klaim yang terjadi, sehingga perbaikan dari kendaraan pelanggan lama untuk dikerjakan. Berdasarkan uraian di atas, maka topik ini menjadi menarik untuk di bahas. Sehingga penulis berniat membahasnya lebih lanjut dengan mengangkat judul yaitu :

”PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENYELESAIAN KLAIM TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ASURANSI KENDARAAN BERMOTOR PADA PT ASURANSI INTRA ASIA”

B. PERMASALAHAN

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Asuransi kendaraan bermotor pada PT Asuransi Intra Asia ?
2. Apakah terdapat pengaruh penyelesaian klaim terhadap kepuasan pelanggan Asuransi kendaraan bermotor pada PT Asuransi Intra Asia ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan penyelesaian

klaim terhadap kepuasan pelanggan Asuransi kendaraan bermotor pada PT Asuransi Intra Asia ?

4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan penyelesaian klaim terhadap kepuasan pelanggan Asuransi kendaraan bermotor pada PT Asuransi Intra Asia ?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang mengajukan klaim Asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh penyelesaian klaim terhadap kepuasan pelanggan yang mengajukan klaim Asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan penyelesaian klaim terhadap kepuasan pelanggan Asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia kepuasan pelanggan Asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan penyelesaian klaim terhadap

D. METODOLOGI PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2014:2) mengemukakan metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Untuk itu dalam metode penelitian ini penulis memakai metode penelitian deskriptif kuantitatif, menurut Sugiyono (2014:7) menyatakan penelitian yang menggunakan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Untuk melihat pengaruh variable

independen terhadap variable dependen adapun pembahasan hasil penelitian menggunakan statistik analisis, yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi, situasi, peristiwa, kegiatan, dan lain-lain, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Dalam kegiatan penelitian ini peneliti hanya mengenali apa yang terjadi pada objek atau wilayah yang diteliti, kemudian memaparkan apa yang terjadi dalam bentuk laporan penelitian secara detail, seperti apa adanya. Data yang terkumpul akan dikelompokkan sesuai dengan jenis, sifat, atau kondisinya. Setelah datanya lengkap, kemudian akan dibuat kesimpulan dengan pendekatan studi kasus penulis terjun langsung dalam penelitian ini dengan observasi aktif terhadap kepuasan pelanggan asuransi PT Asuransi Intra Asia.

E. PROSEDUR ANALISIS DATA

Adapun prosedur analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pengumpulan Data

Jenis Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Berikut penjelasan dari data primer dan data sekunder :

1.1 Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber atau objek

penelitian. Sumber data primer adalah kuesioner yang disebarakan kepada responden yang dalam penelitian ini adalah pelanggan pada PT Asuransi Intra

Asia. Kuesioner merupakan pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab, responden dapat memberikan jawaban dengan memberikan tanda pada salah satu atau beberapa jawaban yang telah disediakan.

1.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media cetak seperti buku-buku mengenai kualitas pelayanan, penyelesaian klaim dan kepuasan pelanggan. Selain itu, penulis juga mencari informasi dari beberapa artikel, jurnal dan dokumen yang dimiliki oleh perusahaan yang berkaitan dengan pokok penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian lapangan (field research) yaitu penelitian dilakukan dengan melihat langsung objek di lapangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

2.1 Metode Kuesioner (Angket)

Menurut Syofian Siregar (2013:21) mengemukakan kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa berpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variable penelitian ini adalah

menggunakan skala likert 5 point. Bentuk jawaban skala likert terdiri dari :
45
SS : Sangat Setuju : 5
S : Setuju : 4
RR : Ragu-Ragu : 3
TS : Tidak Setuju : 2
STS : Sangat Tidak Setuju : 1

3. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda dengan bantuan program SPSS versi 24.00. Sebelum melakukan analisis regresi berganda dan hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas, statistik deskriptif dan asumsi klasik.

3.1 Uji Validitas

Menurut Siregar, (2013:46) mengemukakan uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibuat tersebut valid atau tidak, maka dalam penelitian ini tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk (validity construct) yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh masing-masing item yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Siregar, (2013:47) mengemukakan suatu kuesioner dikatakan valid, jika koefisien korelasi product moment $> r$ -tabel (α ; n

– 2) n = jumlah sampel.

3.2 Uji reliabilitas

dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach. Siregar, (2013:55) mengemukakan kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan nilai Cronbach Alpha > 0.60 .

3.3 Uji Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono, (2016:142) mengemukakan statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui nilai minimum, maximum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari data penelitian.

4 Uji Asumsi Klasik

Asumsi–asumsi diperlukan dalam regresi linear berganda. Tujuannya adalah untuk memperoleh nilai penaksir atau nilai koefisien α dan β yang tidak bisa sehingga menjadi nilai yang terbaik. Pengujian asumsi dasar klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan uji kolmogorovsmirnov. Ghozali, (2013:165) mengemukakan pengambilan keputusan pada uji kolmogrov-smirnov didapatkan dari nilai Sig. uji kolmogrov-smirnov, dimana jika nilai sig. lebih besar ($>$) 0,05 maka distribusi data dinyatakan normal.

4.2 Uji Linearitas

Menurut Ghozali (2013:147) mengemukakan uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model sebaiknya linear, kuadrat atau kubik.

4.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Ghozali, (2013:105) mengemukakan variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Ghozali, (2013:106) mengemukakan adapun dasar pengambilan keputusan suatu model memiliki multikolinieritas adalah :

- a. Jika nilai VIF (Variance Inflation factor) $<$ 10 dan nilai tolerance $>$ 0,1 maka tidak terdapat multikolinieritas antar variabel bebas dalam model.
- b. Jika nilai VIF (Variance Inflation factor) $>$ 10 dan nilai tolerance $<$ 0,1 maka terdapat multikolinieritas antar variabel bebas dalam model.

4.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Ghozali, (2013:139) mengemukakan model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah melalui uji Gletser. Dalam uji Gletser dilakukan regresi kesalahan pengganggu terhadap setiap variabel bebas yang diduga. Ghozali, (2013:143) mengemukakan dari hasil pengujian tersebut akan diambil keputusan, bila angka signifikansi $>$ 0,05 pada taraf kepercayaan 95%, maka tidak heteroskedastisitas terjadi.

4.5 Uji Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2016:275) mengemukakan analisis regresi berganda digunakan apabila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik

turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Lebih lanjut, Sugiyono (2016:275) menegaskan bahwa analisis regresi ganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independennya minimal 2 (dua). Adapun hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen tersebut dapat digambarkan melalui persamaan regresi linear berganda berikut ini.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Konstanta

β = Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan

variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen

X1 = Nilai variabel X1

, Kualitas Pelayanan

X2 = Nilai variabel X2,

Penyelesaian Klaim

ε = Kesalahan pengganggu (Error)

4.6 Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis tersebut ditempuh langkah-langkah sebagai

berikut: Uji Hipotesis dengan Uji t (t-test) dan uji F. Penggunaan uji t dan uji F

dalam penelitian ini dimaksudkan agar dapat diketahui seberapa besar pengaruh

dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat, dan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat jika dilakukan secara simultan.

4.6.1 Uji Hipotesis dengan Uji t

Menurut Ghozali, (2013:98) mengemukakan uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Adapun kriteria yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel tersebut dengan cara melihat nilai sig (p-value) pada tabel Coefficient. Jika nilai sig. lebih kecil dari nilai alpha (5%) maka dapat dikatakan terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

4.6.2 Uji Hipotesis dengan Uji F

Menurut Ghozali, (2013:98) mengemukakan Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model

mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Adapun kriteria yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel tersebut dengan cara

melihat nilai sig (p-value) pada tabel ANOVA. Jika nilai sig. lebih kecil dari nilai alpha (5%) maka dapat dikatakan terdapat pengaruh antara variabel bebas. terhadap variabel terikat secara simultan.

4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan melihat nilai koefisien determinasi. Ghozali (2013:97) mengemukakan bahwa koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

4.7 Hipotesis Statistik

1. Ho : $\beta = 0$ = tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha : $\beta \neq 0$ = terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Ho : $\beta = 0$ = tidak terdapat pengaruh penyelesaian klaim terhadap kepuasan pelanggan.

Ha : $\beta \neq 0$ = terdapat pengaruh penyelesaian klaim terhadap kepuasan pelanggan.

3. Ho : $\beta = 0$ = tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan penyelesaian klaim secara simultan (bersama-sama)

terhadap kepuasan pelanggan.

Ha : $\beta \neq 0$ = terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan penyelesaian klaim secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis Penelitian

1. Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT Asuransi Intra Asia.

2. Terdapat pengaruh Penyelesaian Klaim (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT Asuransi Intra Asia.

3. Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Penyelesaian Klaim (X2) secara bersama terhadap kepuasan pelanggan pada PT Asuransi Intra Asia.

F. TEORI TERKAIT

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan Menurut Kotler, Philip, (2014:150) mengemukakan definisi kepuasan pelanggan ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Menurut Umar, Husein (2005:50) mengemukakan dalam Riset Pemasaran dan Prilaku Pelanggan, kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu produk dan pelayanannya, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan, dan nilai-nilai perusahaan. Kegiatan penjualan terdiri dari variabel-variabel pesan (sebagai penghasil serangkaian sikap tertentu mengenai perusahaan, produk dan tingkat kepuasan yang dapat diharapkan oleh pelanggan), sikap (sebagai penilaian pelanggan atas pelayanan perusahaan), perantara, (sebagai penilaian pelanggan atas perantara perusahaan seperti dealer dan grosir). Pelayanan setelah penjualan terdiri atas variabel-variabel pelayanan pendukung tertentu seperti garansi serta yang berkaitan dengan umpan balik seperti penanggungan keluhan dan pengembalian uang.

Selanjutnya variabel-variabel nilai perusahaan dapat dibagi atas dua macam nilai resmi yang dinyatakan oleh perusahaan sendiri dan nilai tidak resmi yang tersirat dalam segala tindakannya sehari-hari.

Kepuasan dibagi dua macam, yaitu kepuasan fungsional dan kepuasan psikologis. Kepuasan fungsional merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan sedangkan kepuasan psikologis merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dari produk. Selanjutnya, pelanggan pun dapat dibagi atas dua macam, yaitu pelanggan eksternal dan pelanggan internal. Pelanggan eksternal mudah diidentifikasi karena ada diluar organisasi, sedangkan pelanggan internal merupakan orang-orang yang melakukan proses selanjutnya dari pekerjaan orang sebelumnya.

Menurut Umar, Husein (2005:52) mengemukakan dalam Riset Pemasaran dan Prilaku Pelanggan, berbagai cara dapat dilakukan perusahaan untuk membentuk harapan nasabah. Pertama, melalui promosi yang tidak mengecewakan pelanggannya agar terjadi komunikasi yang terkendali antara perusahaan dengan pelanggan. Kedua, melalui sikap yang baik para petugas penjualan dan ketiga melalui unjuk kerja penjualan yang lebih profesional. Memperbaiki dan mempertahankan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya perlu terus dibina.

2. Kualitas pelayanan

Davis dalam Yamit dan Jasa Zulian Yamit (2005:8) menyatakan dalam Manajemen Kualitas Produk bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dalam arti kualitas berkenaan dengan segala sesuatu yang memuaskan pelanggan atau kesesuaian terhadap persyaratan atau kebutuhan. Terpenuhiya harapan, persyaratan atau kebutuhan akan layanan akan mendatangkan kepuasan bagi pelanggan. Kuncinya adalah apabila PT. Asuransi Intra Asia menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan pelanggan, maka akan membuat kebutuhan pelanggan akan pelayanan menjadi terpenuhi dan terpuaskan. Menurut Tjiptono, Fandy (2006:51) dalam

Manajemen Jasa, kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Sedarmayanti (2000:204) dalam Restrukturisasi dan Pemberdayaan Organisasi, kualitas modern dapat dicirikan oleh lima karakteristik, yaitu :a. Sistem kualitas yang modern berorientasi pada pelanggan;b. Sistem kualitas yang modern dicirikan oleh adanya partisipasi aktif yang dipimpin oleh manajemen puncak dalam proses peningkatan kualitas secara terus menerus;c. Sistem kualitas modern dicirikan oleh adanya pemahaman individu terhadap tanggung jawab spesifik untuk kualitas;d. Sistem kualitas modern dicirikan oleh adanya aktifitas yang berorientasi pada tindakan pencegahan kerusakan saja; dan e. Sistem kualitas modern dicirikan oleh adanya suatu filosofi yang menganggap bahwa kualitas merupakan “jalan hidup” Menurut Buddy Ibrahim (2000:1) dalam Total Quality Management : Panduan Menghadapi Persaingan Global, kualitas merupakan suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan internal dan eksternal baik secara eksplisit maupun implisit. Kualitas yang dihasilkan oleh suatu produk barang ataupun jasa akan berpengaruh terhadap perilaku

pelanggan. Kualitas sebagai strategi bisnis dalam menggerakkan perilaku pelanggan untuk memilih dan loyal terhadap produk barang atau jasa yang ditawarkan. Dalam konteks pelayanan dan jasa, apabila suatu pelayanan yang akan menggerakkan perilakunya untuk setia atau loyal terhadap perusahaan atau lembaga penyedia pelayanan. Pendekatan yang biasa digunakan untuk mewujudkan kualitas suatu produk/jasa, yaitu:

a. Transcendental Approach, kualitas dipandang sebagai innate excellent, dimana kualitas bias dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan, b. Product Based Approach kualitas, dipandang sebagai karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur.

Perbedaan dalam

kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. Karena pandangan ini sangat objektif, maka tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam selera, kebutuhan, dan preferensi individual.

c. User-based Approach, didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya perceived quality)

merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Persepektif yang subjektif dan demand-oriented ini juga menyatakan bahwa pelanggan yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan

maksimum yang dirasakannya.

d. Manufacturing-based Approach, perspektif ini bersifat supply-based dan terutama memperhatikan praktik-praktik perekayasa dan pemanufakturasi, secara mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian/sama dengan persyaratan (Conformance to Requirements). Dalam sektor jasa, dapat dikatakan bahwa kualitasnya bersifat operations-driven.

Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifik yang dikembangkan secara internal, yang seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya. Jadi yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan pelanggan yang menggunakannya.

e. Value-based Approach, kualitas dipandang dari segi nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan trade-off antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai "affordable excellence". Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli (best-buy).

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima (perceived services) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (expected services). Dalam hal ini ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu perceived services dan expected services. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (perceived

services) sesuai yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan atau penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Apabila perusahaan asuransi memberikan layanan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka akan dipersepsikan berkualitas sehingga akan mendatangkan kepuasan. Dengan demikian, kualitas layanan yang dipersepsikan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan tersebut akan mendatangkan kepuasan. Kualitas pelayanan sebagai perbandingan antara layanan yang dirasakan atau dipersepsikan pelanggan dengan kualitas layanan yang diharapkan pelanggan. Dengan demikian kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai gap antara apa yang diharapkan oleh pelanggan dengan kenyataan yang dialaminya, apabila kenyataan yang dialami pelanggaran dalam pemberian pelayanan tersebut dapat dikatakan berkualitas. Sebaliknya ketidaksesuaian atau kenyataan berada dibawah harapan pelanggan, maka pelayanan yang diterimanya akan dipersepsikan tidak berkualitas.

3. Penyelesaian Klaim Asuransi Kendaraan Bermotor
Menurut Wijaya, (2002:27) mengemukakan Prosedur adalah rangkaian langkah atau kegiatan yang saling berhubungan satu

sama lain secara esensial yang diikuti pendekatan fungsional. Menurut Mulyadi (2001:5) mendefinisikan prosedur sebagai berikut : “Prosedur adalah suatu urutan kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu departemen atau lebih yang dibuat untuk menjamin penanganan sec dari beberapa prosedur dimana prosedurprosedur itu saling terkait dan saling mempengaruhi. Akibatnya jika terjadi perubahan maka salah satu prosedur, akan mempengaruhi prosedurprosedur yang lain”. Berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa prosedur adalah suatu urutan langkah atau urutan kegiatan yang saling berhubungan satu sama lain dan biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu departemen atau lebih, yang mana didalam suatu sistem biasanya terdiri dari beberapa prosedur. Menurut Istyadi Insani, (2010:1) Standar Operasional Prosedur : “SOP adalah dokumen yang berisi serangkaian instruksi tertulis yang dibakukan mengenai berbagai proses penyelenggaraan administrasi perkantoran yang berisi cara melakukan pekerjaan waktu pelaksanaan, tempat penyelenggaraan dan aktor yang berperan dalam kegiatan. Prosedur penyelesaian klaim dengan enam langkah sebagai berikut :

a) Registrasi Klaim

Langkah pertama dari proses klaim adalah pemberitahuan oleh pelanggan kepada perusahaan bahwa suatu kerugian telah terjadi. Setelah klaim diterima oleh bagian klaim, maka akan dilakukan registrasi klaim ke dalam

sistem. Setelah laporan yang dilampirkan dengan dokumen pendukung diterima oleh penanggung, kemudian dilakukan analisa administrasi. Misalnya, mengenai apakah premi sudah dibayarkan apa belum.

b) Kelengkapan Dokumen Pelanggan yang mengalami musibah diminta menyediakan fakta -fakta yang utuh dan bukti kerugian. Untuk tujuan ini, penting bagi pelanggan yang mengalami musibah untuk menyerahkan klaim tertulis untuk melengkapi “Lembaran Klaim” standar yang dirancang untuk masing-masing Class Of Business (COB). Penting juga bagi penuntut untuk melengkapi dokumen-dokumen yang diajukan sebagai yang dipersyaratkan secara standar dalam industri asuransi di Indonesia.

c) Bengkel Rekanan Setelah laporan klaim diterima, untuk selanjutnya bagian klaim akan mengarahkan kepada pelanggan untuk pilihan bengkel rekanan yang akan dituju untuk perbaikan kendaraannya.

d) Survey kendaraan

Dalam proses ini biasanya penanggung akan memutuskan untuk melakukan survey lapangan atau survey ke bengkel rekanan yang dituju. Jika kerusakan yang dialami cukup parah maka penanggung akan menunjuk Independen Adjuster, jika hal ini diperlukan. Pihak ketiga yang terakhir ini akan menentukan penyebab kerugian, serta

menilai besaran kerugian yang terjadi. Laporan Survey atau Adjuster akan dijadikan dasar apakah klaim dijamin oleh polis atau tidak.

e) Proses Adjustment Jika semua berjalan dengan baik, setelah dilakukan adjustment oleh bagian klaim dan telah selesai dilakukan perbaikan oleh pihak bengkel, perusahaan akan membayar ganti rugi kepada pelanggan di syaratkan bahwa pembayaran klaim tidak boleh lebih dari 30 hari sejak terjadi kesepakatan tersebut.

G. PEMBAHASAN

1 Deskripsi Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pelanggan asuransi kendaraan bermotor PT. Asuransi Intra Asia untuk khusus wilayah Jakarta Barat sebanyak 83 pelanggan. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada uraian berikut:

1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

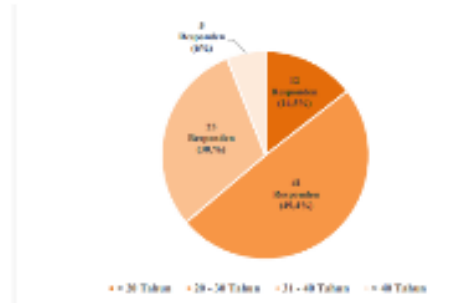
Hasil jawaban responden mengenai karakteristik berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut ini.



Berdasarkan gambar di atas, mayoritas responden menyatakan berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 53 responden (63,9%) dan sisanya 30 responden (36,1%) menyatakan berjenis kelamin pria.

1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

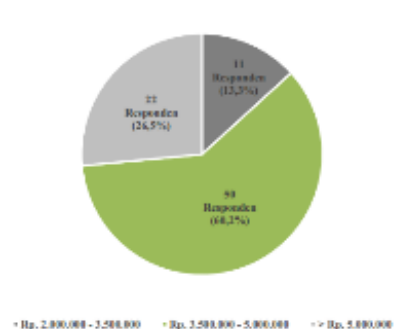
Hasil jawaban responden mengenai karakteristik berdasarkan usia dapat dilihat pada Gambar 1.2 berikut ini.



Berdasarkan gambar di atas, mayoritas responden PT. Asuransi Intra Asia yang menyatakan berusia 20 – 30 tahun yaitu sebanyak 41 responden (49,4%). Sedangkan responden yang berusia 31 – 40 tahun sebanyak 25 responden (30%). Selanjutnya responden yang menyatakan berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 12 responden (14,5%) dan sisanya 5 responden (6%) menyatakan berusia lebih dari 40 tahun.

1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

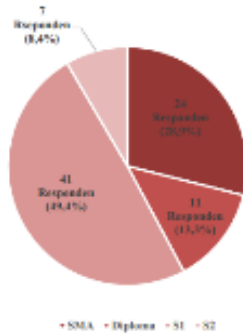
Hasil jawaban responden mengenai karakteristik berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada Gambar 1.3 berikut ini.



1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Hasil jawaban responden mengenai karakteristik berdasarkan tingkat pendapatan

dapat dilihat pada Gambar 1.4 berikut ini



Berdasarkan gambar di atas, responden di PT. Asuransi Intra Asia yang tingkat pendapatannya Rp. 3.500.000 - 5.000.000 sebanyak 50 responden (60,2%). Sedangkan responden yang menyatakan tingkat pendapatannya lebih dari Rp. 5.000.000 sebanyak 22 responden (26,5%) dan sisanya 11 responden (13,3%) menyatakan tingkat pendapatannya sebanyak Rp. 2.000.000 - 3.500.000.

2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Uji instrumen penelitian yang digunakan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan. Apabila alat ukur yang digunakan tidak valid dan atau tidak dipercaya (reliable) maka hasil penellitian yang dilakukan tidak dapat menggambarkan keadaan yang sesungguhnya. Hasil uji validitas dan reliabilitas akan dijelaskan pada pembahasan berikut ini.

2.1 Uji Validitas

Menurut Siregar, (2013:46) mengemukakan uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur.

Untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibuat tersebut valid atau tidak, maka dalam penelitian ini tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk (validity construct) yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh masing-masing item yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Siregar, (2013:47) mengemukakan suatu kuesioner dikatakan valid, jika koefisien korelasi product moment $> r$ -tabel ($\alpha ; n - 2$) $n =$ jumlah sampel. Adapun hasil dari uji validitas dapat dilihat dari tabel berikut:

Variabel	Indikator	(r-hitung)	r-tabel 5% (88)	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	KP1	0,876	0,213	Valid
	KP2	0,781	0,213	Valid
	KP3	0,770	0,213	Valid
	KP4	0,822	0,213	Valid
	KP5	0,783	0,213	Valid
Kepuasan Klaim	PK1	0,771	0,213	Valid
	PK2	0,800	0,213	Valid
	PK3	0,745	0,213	Valid
	PK4	0,833	0,213	Valid
	PK5	0,775	0,213	Valid
Kepuasan Pelanggan	KP61	0,826	0,213	Valid
	KP62	0,810	0,213	Valid
	KP63	0,871	0,213	Valid
	KP64	0,864	0,213	Valid
	KP65	0,779	0,213	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24 (2019)

Dari hasil uji validitas pada tabel di atas terlihat bahwa seluruh indicator dari masing-masing variabel yaitu kualitas pelayanan, penyelesaian klaim dan kepuasan pelanggan dinyatakan valid. Hal ini karena seluruh

indikator memiliki nilai r-hitung > r-tabel (r-hitung > 0,213).

2.2 Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Pengukuran

reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach. Siregar, (2013:55) mengemukakan kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengannilai Cronbach Alpha > 0.60. Adapun hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat dari tabel berikut:

Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	0,823	Reliabel
Penyelesaian Klaim	0,870	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0,851	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24 (2019)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada table di atas, nilai cronbach's alphapada masing-masing variabel yaitu:kualitas pelayanan, penyelesaian klaim dan kepuasan pelanggan lebih besar dari 0,60. Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel adalah reliabel karena memenuhi persyaratan minimal koefisien reliabilitas cronbach's alpha > 0,60.

3. Uji Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono, (2016:19) mengemukakan statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana

adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Uji statistik deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui nilai maksimum, nilai minimum, nilai mean (rata-rata), dan nilai standar deviasi. Adapun hasil dari uji statistik deskriptif dapat dilihat dari tabel berikut:

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
R_Kualitas Pelayanan	83	3,00	5,00	4,2940	,56378
R_Penyelesaian Klaim	83	2,40	5,00	3,9494	,67488
R_Kepuasan Pelanggan	83	2,60	5,00	4,0096	,62696
Valid N (listwise)	83				

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24 (2019)

Berdasarkan Tabel diatas, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (KP) memiliki nilai minimum sebesar 3,00 dan nilai maksimum sebesar 5,00, dengan perolehan nilai rata -rata (mean) sebesar 4,2940 dan nilai standar deviasi sebesar 0,55378. Selanjutnya pada variabel penyelesaian klaim (PK)

memiliki nilai minimum sebesar 2,40 dan nilai maksimumsebesar5,00, dengan perolehan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,9494 dan nilai standar deviasi sebesar 0,67488. Variabel kepuasan pelanggan (KN) memiliki nilai minimum sebesar 2,60 dan nilai maksimum sebesar 5,00, dengan perolehan nilai rata -rata (mean) sebesar 4,0096 dan nilai standar deviasi sebesar 0,62969

4. Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi yang baik harus bebas dari masalah penyimpangan. terhadap asumsi klasik. Berikut adalah penyajian terhadap asumsi klasik dalam model regresi.

4.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali, (2013:175) mengemukakan uji normalitas

bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik jika memiliki nilai residual yang persebarannya terlihat normal. Ghozali, (2013:176) mengemukakan terdapat dua cara untuk melakukan uji normalitas ini yaitu dengan ana lisis grafik dan uji statistik. Uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas residual dalam penelitian ini adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov. Uji ini diyakini lebih akurat daripada uji normalitas dengan grafik, karena uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan, jika tidak hati-hati secara visual akan terlihat normal. Ghozali, (2013:177) mengemukakan apabila asymptotic significance dalam Uji Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 5%, maka data terdistribusi normal. Hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.38964198
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.047
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^d

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24 (2019)

4.2 Uji Linearitas

Menurut Ghozali (2013:177) mengemukakan uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model

yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model sebaiknya linear, kuadrat atau kubik. Hasil pengujian linearitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Hasil Uji Linearitas
ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
R ₁ Kepuasan Pelanggan ^a	Deviation from Linearity	18.566	9	2.063	17.478	.000
	Linearity	18.757	1	18.757	161.618	.000
	Total	37.323	10			
R ₂ Kualitas Pelayanan	Deviation from Linearity	7.654	6	1.276	2.027	.033
	Linearity	2.265	1	2.265	3.638	.062
	Total	9.919	7			
R ₃ Kepuasan Pelanggan ^a	Deviation from Linearity	19.571	10	1.957	2.333	.000
	Linearity	17.221	1	17.221	16.143	.000
	Total	36.792	11			
R ₄ Kepuasan Klaim	Deviation from Linearity	2.654	12	.221	1.238	.278
	Linearity	12.118	1	12.118	17.9	.000
	Total	14.772	13			

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24 (2019)

Berdasarkan tabel hasil pengujian linearitas di atas, pada variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai Deviation from Linearity Sig. adalah 0,055 sedangkan variabel penyelesaian klaim adalah 0,278 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen (kualitas pelayanan dan penyelesaian klaim) dengan variabel dependen (kepuasan pelanggan).

4.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Ghozali, (2013:105) mengemukakan model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi

korelasi di antara variabel independen. Untuk menguji multikolinearitas dilakukan analisis korelasi antar variabel independen dan perhitungan nilai tolerance serta variance inflation factor (VIF). multikolinearitas terjadi jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,1 (10%) atau nilai VIF lebih besar dari 10. Ghozali, (2013:106) mengemukakan apabila nilai tolerance lebih dari 10 % atau VIF kurang dari 10 maka dapat dikatakan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model adalah dapat dipercaya dan objektif (tidak ada multikolinearitas). Hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	.485	2.062
Penyelesaian Klaim	.485	2.062

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24 (2019)

Berdasarkan tabel di atas merupakan hasil uji multikolinearitas dari masing-masing variabel independen diperoleh nilai tolerance untuk kedua variabel independen yaitu kualitas pelayanan sebesar 0,485 dan penyelesaian klaim sebesar 0,485. Kedua variabel memiliki nilai tolerance > 0,10. Hasil pengujian inimenunjukkan bahwa antara kualitas pelayanan dan penyelesaian klaim tidak saling berkolerasi atau tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi. Nilai VIF

untuk kedua variabel independen yaitu kualitas pelayanan sebesar 2.062, dan penyelesaian klaim sebesar 2.062. Kedua variabel memiliki nilai VIF berada dibawah 10. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa antara kualitas pelayanan dan penyelesaian klaim tidak saling berkolerasi atau tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi.

4.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Glejser. Ghozali, (2013:143) mengemukakan dari hasil pengujian tersebut akan diambil keputusan, bila angka signifikansi > 0,05 pada taraf kepercayaan 95%, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dijelaskan berdasarkan Tabel dibawah ini.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikan
Kualitas Pelayanan	0,676
Penyelesaian Klaim	0,156

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24 (2019)

Berdasarkan Tabel di atas, dapat dilihat bahwa variable kualitas pelayanan

Berdasarkan Tabel di atas, dapat dilihat bahwa variable

kualitas pelayanan memperoleh nilai signifikan sebesar 0,676, kemudian penyelesaian klaim sebesar

0,156. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel terbebas dari masalah heteroskedasititas, hal ini ditunjukkan dari nilai signifikan yang diperoleh variabel kualitas pelayanan dan penyelesaian klaim lebih besar dari 0,05.

5. Uji Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2016:192) mengemukakan analisis regresi berganda digunakan apabila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Uji regresi berganda disajikan pada tabel berikut ini.

Hasil Uji Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.426	.341		1.248	.216
R_Kepuasan Pelanggan	.458	.113	.405	4.058	.000
R_Penyelesaian Klaim	.409	.093	.440	4.413	.000

a. Dependent Variable: R_KN
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24 (2019)

Berdasarkan output pengujian diatas, maka dapat dibuatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,426 + 0,458X_1 + 0,409X_2$$

+ e Hasil persamaan regresi terhadap signifikansi koefisien dan interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

□ Nilai konstanta (a) = 0,426; yang menyatakan bahwa jika keberadaan antara kualitas pelayanan dan

penyelesaian klaim tidak ada atau bernilai 0, maka kepuasan pelanggan akan bernilai 0,426.

□ Kualitas pelayanan (KP) = 0,458; yang berarti bahwa jika terjadi peningkatan pada variabel kualitas pelayanan sebesar satuan, maka kepuasan pelangganasuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia akan mengalami peningkatan sebesar 0,458.

□ Penyelesaian klaim (PK) = 0,409; yang berarti bahwa jika terjadi peningkatan pada variabel penyelesaian klaim sebesar satuan, maka kepuasan pelanggan asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia akan mengalami peningkatan sebesar 0,409.

6. Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis tersebut ditempuh langkah-langkah sebagai berikut:

Uji Hipotesis dengan Uji t (t -test). Penggunaan uji t dalam penelitian ini dimaksudkan agar dapat diketahui seberapa besar pengaruh dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji hipotesis sebagai berikut:

6.1 Uji t

Menurut Ghozali, (2013:98) mengemukakan uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Adapun kriteria yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel tersebut dengan cara melihat nilai sig (p-value) pada tabel Coefficient. Jika nilai sig. lebih kecil dari nilai alpha (5%) maka dapat dikatakan terdapat

pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Hasil Uji Uji t			
No	Variabel	T	Sig.
1	Kualitas Pelayanan	4.058	.000
2	Penyelesaian Klaim	4.413	.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24 (2019)

Berdasarkan Tabel di atas dapat dijelaskan mengenai hasil hipotesis uji t sebagai berikut.

Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama menguji adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia. Hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

Ho : $\rho = 0$ = tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia.

Ha : $\rho \neq 0$ = terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia.

Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh menghasilkan nilai t hitung sebesar 4,058 > t tabel 1,990 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia.

Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua menguji adanya pengaruh penyelesaian klaim terhadap kepuasan pelanggan asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia. Hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

Ho : $\rho = 0$ = tidak terdapat pengaruh penyelesaian klaim terhadap kepuasan pelanggan.

Ha : $\rho \neq 0$ = terdapat pengaruh penyelesaian klaim terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa pada penyelesaian klaim menghasilkan nilai t hitung sebesar 4,413 > t tabel 1,990 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima, dapat disimpulkan bahwa penyelesaian klaim berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia.

6.2 Uji Anova (F)

Menurut Ghozali, (2013:98) mengemukakan Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Adapun kriteria yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel tersebut dengan cara melihat nilai sig (p-value) pada tabel ANOVA. Jika nilai sig. lebih kecil dari nilai

alpha (5%) maka dapat dikatakan terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.

Hipotesis Ketiga (H)

Hipotesis ketiga menguji adanya pengaruh pengaruh kualitas pelayanan dan penyelesaian klaim secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan tertanggung asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia. Hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

Ho: $\rho = 0$ = tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan penyelesaian klaim secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan tertanggung.

Ha: $\rho \neq 0$ = terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan penyelesaian klaim

Uji Anova (F) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Hasil Uji Uji Anova(F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression 19.783	2	9.891	63.563	.000 ^b
	Residual 12.449	80	.156		
	Total 32.232	82			

a. Dependent Variable: R_KN
b. Predictors: (Constant), R_PK, R_KP
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24 (2019)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan nilai F hitung sebesar 63,563 > F table 3,030 dan besarnya angka signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 . Maka Ho ditolak dan Ha diterima, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan

penyelesaian klaim secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia

6.3 Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan melihat nilai koefisien determinasi. Ghozali (2013:97) mengemukakan bahwa koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabelvariabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.614	.604	.39448

a. Predictors: (Constant), R_PK, R_KP
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24 (2019)

berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi pada tabel di atas, diperoleh nilai R Square sebesar 0,614 atau sebesar 61,4%. Artinya variabel kualitas pelayanan dan penyelesaian klaim secara bersama-sama memberikan pengaruh sebesar 61,4% terhadap kepuasan pelanggan asuransi. Sedangkan sisanya 38,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

7. Pembahasan penelitian

7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia. Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan perolehan nilai t hitung sebesar $4,058 > t$ tabel $1,990$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000$ lebih kecil dari $0,05$. Kemudian, nilai koefisien beta sebesar $0,458$ mengindikasikan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan ditingkatkan sebesar satuan, maka kepuasan pelanggan asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia akan mengalami peningkatan sebesar $0,458$. Kondisi ini dapat diartikan bahwa dengan menampilkan

pelayanan yang terbaik untuk pelanggan baik dari sisi fasilitas ruangan pengajuan klaim, perlengkapan pendukung pada saat klaim seperti kamera dan komputer yang digunakan, hingga penampilan petugas klaim akan dapat mendorong tingkat kepuasan para pelanggan selama melakukan atau mengajukan klaim asuransi kendaraan bermotor. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Desiyana (2017), dan Fasya (2018) bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada pasar kontemporer, kualitas pelayanan yang diberikan menjadi fondasi yang kuat untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Kualitas pelayanan asuransi dihasilkan dari penggunaan beberapa prinsip dasar dalam perlindungan asuransi: kelayakan, kelengkapan, universalitas dan kecepatan pembayaran kompensasi. Terkait kualitas pelayanan di sektor asuransi, harus diingat bahwa karakter pelayanan ini dihasilkan dari sifatnya yang tidak berwujud, tidak terpisahkan, dan tidak tahan lama. Dengan demikian, pelayanan yang diberikan harus berorientasi pada tingkat kebutuhan pelanggan. Terutama bagi pelanggan yang melakukan klaim kendaraannya perlu mendapatkan penanganan yang tepat dan cepat, sehingga akan menimbulkan rasa puas atas pelayanan yang dirasakan.

7.2 Pengaruh Penyelesaian Klaim Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel penyelesaian klaim berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia. Adanya pengaruh penyelesaian klaim ditunjukkan dengan perolehan nilai t hitung sebesar $4,413 > t$ tabel $1,990$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000$ lebih kecil dari $0,05$. Kemudian, nilai koefisien beta sebesar $0,409$ mengindikasikan bahwa apabila variabel penyelesaian klaim ditingkatkan sebesar satuan, maka kepuasan pelanggan asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia akan mengalami peningkatan sebesar $0,409$. Hasil penelitian ini dengan jelaskan memperlihatkan bahwa penyelesaian klaim yang dirasakan oleh para pelanggandapat meningkatkan kepuasan pelanggan selama melakukan klaim kendaraan bermotor. Kepuasan pelanggan PT. Asuransi Intra Asia terkait dengan penyelesaian klaim memiliki kaitan erat dengan kemampuan cepat tanggap dan solutif PT. Asuransi Intra Asia dalam merespon pelanggan yang melaporkan kejadian kerugian pada kendaraan bermotor yang dimilikinya. Kemudian pihak PT. Asuransi Intra Asia juga perlu memberikan kemudahan dalam pengisian formulir klaim, serta cepat dalam melakukan verifikasi kelengkapan dokumen sesuai dengan ketentuan polis kendaraan bermotor. Apabila hal tersebut dapat dilaksanakan dengan optimal, maka akan sangat mungkin kepuasan para

pelanggan akan terbentuk dengan sendirinya.

H. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya,

serta untuk menjawab masalah dari penelitian ini, maka dibuatkan beberapa

kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia yang ditunjukkan dengan nilai t

hitung sebesar $4,058 > t$ tabel $1,990$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000$ lebih kecil dari $0,05$.

2. Terdapat pengaruh penyelesaian klaim berpengaruh terhadap kepuasan tertanggung asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia yang ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $4,413 > t$ tabel $1,990$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000$ lebih kecil dari $0,05$.

3. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan penyelesaian klaim secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan asuransi kendaraan bermotor pada PT. Asuransi Intra Asia yang ditunjukkan dengan nilai F hitung sebesar $63,563 > F$ table $3,030$ dan besarnya angka signifikansi sebesar $0,000 <$

$0,05$. Kualitas pelayanan dan penyelesaian klaim secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar $61,4\%$ terhadap kepuasan pelanggan.

I. SARAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya,

serta untuk menjawab masalah dari penelitian ini, maka dibuatkan beberapa saran

sebagai berikut:

1. Bagi manajemen PT. Asuransi Intra Asia sebaiknya memperhatikan kondisi penyelesaian klaim yang diberikan kepada para pelanggan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memperbanyak bengkel rekanan agar memberikan kemudahan bagi para pelanggan apabila ingin melakukan klaim.

2. Bagi manajemen untuk meningkatkan penyelesaian klaim para pelanggan yang melakukan klaim kendaraan, dengan merekomendasikan dan mengarahkan para pelanggan pada bengkel rekanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan polis yang dimilikinya.

1. DAFTAR PUSTAKA

Undang-Undang Nomor. 14 tahun 1992 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan

A. Hamdani dan Rambut Lupiyoadi, (2009), Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba

Empat, Jakarta.

A. Muwafik Saleh. (2010), “Manajemen Pelayanan” Pustaka Pelajar, Jakarta.

Buddy Ibrahim, (2000), Total Quality Management :Panduan Menghadapi

Persaingan Global, Djambatan, Jakarta.

Brown, (2002), Insurance Administration Life Office Management Association

Georgia.

Ghozali, Imam, (2006), Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Badan

penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Istyadi, Insani (2010), Standar Operasional Prosedur (SOP) sebagai Pedoman

Pelaksanaan Administrasi Perkantoran dalam Rangka Peningkatan

Pelayanan dan Kinerja Organisasi Pemerintah Penyempurnaan Makalah

pada Workshop Manajemen Perkantoran di lingkungan Kementerian

Komunikasi dan Informatika Bandung.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, (2014), Manajemen Pemasaran, Edisi 13,

Indeks, Jakarta.

Kotler, Philip, (2002), Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan,

Implementasi dan Pengendalian, Salemba Empat, Jakarta.

Kotler, Philip, (2012), “Manajemen Pemasaran”, Edisi Ketiga Belas, Jilid I, Indeks :

Jakarta.

Mulyadi, (2001), Sistem Akuntansi, Jakarta : Salemba Empat.

Marshall B. Romney (2009), Sistem Informasi Akuntansi, Buku 9, Salemba Empat.

Nasution. (2004). Metode Research : Penelitian Ilmiah. Jakarta : Bumi Aksara.

Parasuraman, Zeithalm dan Berry (2013), Delivering Quality Service, 2015-220.

Sedarmayanti, (2000), Restrukturisasi dan Pemberdayaan Organisasi, Mandar Maju,

Bandung.

Sugiyono, (2014), Metode Penelitian
Kuantitatif Kualitatif dan R & D,
Alfabeta,

Bandung.

Siregar, Syofian, (2013), Metode
Penelitian Kuantitatif,
Prenadamedia Group,

Indonesia.

Tjiptono, Fandy. (2005), Pemasaran Jasa,
Bayu Media Publishing,
Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. (2006), Manajemen
Jasa, Bayu Media Publishing,
Yogyakarta.

Umar, Husein, (2003), Metode Riset
Perilaku Organisasi. Gramedia.
Jakarta.

Wijaya (2002), Perilaku Organisasi, Sinar
Baru Algesindo. Bandung.

Zulian Yamit, (2005), Manajemen
Kualitas Produk dan Jasa. Edisi
Pertama. Ekonosia

Kampus Fakultas Ekonomi UII,
Yogyakarta