

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KECEPATAN KONFIRMASI AKSEPTASI TREATY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT REASURANSI NASIONAL INDONESIA

Dhea Permata Suci¹, Robidi², Syamsul Bahri³

^{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)

Service Quality, Quickness of Treaty Acceptance Confirmation and Customer Satisfaction

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and quickness of treaty acceptance confirmation on customer satisfaction. The study was conducted on the reinsurance company PT Reasuransi Nasional Indonesia. The method used in this research is quantitative descriptive. The analysis test used is multiple linear regression with $\alpha = 0,05$. The results and conclusions of this study indicate that: testing significance t partially (statistical test t) service quality ($X1$) affects the customer satisfaction (Y). This is evidenced by the significance value of t of 0,000 ($<0,05$), quickness of treaty acceptance confirmation ($X2$) affect the customer satisfaction (Y). This is evidenced by the significance value of t of 0,000 ($<0,05$). Simultaneous testing (F test statistic) of independent variables namely service quality and quickness of treaty acceptance confirmation affects the dependent variable, which is the customer satisfaction at PT Reasuransi Nasional Indonesia, by having a F -count value of 40,430 $>$ F -table value of 3,18 and a significance value of F of 0,000 less than an alpha value of 0,05 ($0,000 < 0,05$). The results of the analysis in this study indicate that the test coefficient of determination (R square) obtained a value of 0,613, which means that customer satisfaction can be explained or influenced by the x model factors, namely the service quality, quickness of treaty acceptance confirmation of 61,3%, and can be said that there are other factors that can affect customer satisfaction by 38,7% and are influenced by other variables not examined by researchers.

© 2022 Indonesian Insurance Journal. ALL RIGHTS RESERVED

¹ Koresponden penulis:

dheapermata20@gmail.com

DOI:

ISSN :

A. PENDAHULUAN

Perkembangan industri perasuransian sudah sedemikian maju terutama di negara-negara yang telah berkembang sehingga tidak mengherankan jika dewasa ini asuransi dijadikan metode yang paling sesuai untuk upaya pengalihan risiko (risk transfer). Perusahaan asuransi wajib memiliki retensi sendiri untuk setiap risiko yang diasuransikannya, namun kemampuan retensi sendiri tersebut sangat terbatas. Untuk menutup objek asuransi dengan jumlah pertanggungan yang besar di atas retensi sendiri mutlak diperlukan adanya penyebaran risiko (spreading of risk) dengan jalan mengasuransikan kembali yaitu reasuransi.

Perusahaan reasuransi terdapat kegiatan operasional seperti kegiatan operasional akseptasi reasuransi dimana pengajuan permintaan akseptasi tersebut dilakukan oleh perusahaan asuransi (ceding/cedant company) atau pialang reasuransi kepada perusahaan reasuransi untuk mengambil alih sebagian risiko sesuai dengan perjanjian yang sudah disepakati. Untuk melakukan proses akseptasi atau pertanggungan ulang, reasuransi memiliki dua metode yaitu, fakultatif dan treaty. Fakultatif merupakan penutupan risiko dari perusahaan asuransi yang hanya satu polis saja sedangkan treaty merupakan suatu kontrak secara otomatis menerima sejumlah besar risiko-risiko sejenis. Metode treaty terbagi menjadi dua bentuk yaitu, proporsional dan non-proporsional. Proporsional adalah bentuk reasuransi atas suatu risiko dengan pembagian yang telah ditetapkan dalam pembagian premi dan liability sedangkan non-proporsional adalah bentuk reasuransi atas suatu risiko yang tidak dibagi proporsi setiap kerugian (claim), premi, dan liability dalam suatu perbandingan yang tetap.

Perkembangan asuransi yang begitu maju dan juga permintaan akseptasi yang semakin meningkat terhadap perusahaan reasuransi di Indonesia, maka dari itu masing-masing perusahaan reasuransi tentu tidak ingin kalah dengan para pesaingnya. 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. Jika pelayanan yang diberikan oleh reasuransi itu buruk, akan menimbulkan citra buruk terhadap sistem reasuransi tersebut dan akhirnya perusahaan asuransi akan menjauhi perusahaan reasuransi yang pelayanannya buruk. Pada perusahaan reasuransi, pelayanan yang paling utama adalah pada saat proses akseptasi, dikarenakan dalam proses inilah pelanggan dapat merasakan manfaat dari mengalihkan sebagian risikonya yaitu beberapa manfaat yang diharapkan pelanggan untuk memperoleh *back-up* pertanggungan pada saat mengalihkan risikonya kepada reasuransi.

Pada proses ini, perusahaan dapat melaksanakan tugasnya dengan memberi kepuasan bagi para pelanggan dengan cara prosesnya yang mudah dan cepat. Kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui pelayanan yang berkualitas. Jika kepuasan pelayanan berkualitas, maka pelanggan akan cenderung memberikan loyalitas yang tinggi kepada perusahaan. Sebaliknya, jika pelanggan merasakan pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan maka akan menimbulkan kekecewaan atau ketidakpuasan yang dapat mengakibatkan pelanggan meninggalkan perusahaan. Dengan semakin meningkatnya ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan, perusahaan jasa harus senantiasa melakukan perbaikan terhadap kualitas pelayanannya.

Reasuransi sebagai perusahaan pertanggungan ulang antara perusahaan-perusahaan asuransi, perusahaan reasuransi juga harus dapat memberikan saran yang tepat untuk menempatkan bisnis yang sesuai, serta memberikan jaminan agar perusahaan asuransi mendapatkan komisi reasuransi yang sesuai. Oleh karena itu, sudah menjadi kewajiban bagi perusahaan reasuransi untuk mengetahui dengan tepat apa yang menjadi kebutuhan pelanggan dan menganalisis suatu risiko yang kemungkinan akan terjadi. Perusahaan reasuransi bertanggung jawab untuk

memberikan kemudahan dalam akseptasi bisnis asuransi dan menyediakan semua informasi yang dibutuhkan, mulai dari awal perusahaan asuransi meminta akseptasi terhadap bisnis yang dimilikinya sampai dengan prosedur klaim.

Peranan reasuransi sudah menjadi bagian paling penting dalam industri perasuransian di Indonesia. Salah satu fungsi perusahaan reasuransi adalah untuk memberikan pertanggungan ulang terhadap risiko bisnis atau kelebihan risiko yang dimiliki oleh perusahaan asuransi. Apabila kita ingin menilai kualitas pelayanan suatu perusahaan reasuransi, yang paling berhak untuk memberikan penilaian tersebut adalah pelanggan yaitu perusahaan asuransi atau *ceding company*. Hal ini disebabkan karena mereka yang benar-benar merasakan manfaat ketika menggunakan jasa reasuransi tersebut. Perusahaan reasuransi harus mampu meyakinkan pelanggannya untuk memilih pertanggungan ulang yang akan diberikannya beserta segala tanggung jawabnya. Banyaknya kebutuhan, permintaan serta keinginan yang dimiliki oleh pelanggan membuat perusahaan reasuransi harus lebih giat mencari tahu kebutuhan pelanggan dalam proses akseptasi. Selain itu semakin banyaknya pelanggan, maka kebutuhan dan keinginannya juga berbeda, sehingga mereka mempercayakan semua itu kepada perusahaan reasuransi sebagai pertanggungan ulang dalam menyelesaikan risiko yang berlebihan.

Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan merupakan salah satu faktor terpenting jika perusahaan tersebut ingin mengembangkan sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, sehingga perusahaan dapat meminimalkan biaya dan waktu, serta memaksimalkan pelayanan terhadap konsumen sasaran. Dari hasil pengukuran yang dilakukan, apabila ternyata pelanggan tidak puas terhadap salah satu atribut pelayanan yang disediakan perusahaan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien,

sehingga perlu diperbaiki sistem dan prosedur pelayanannya.

Tabel 1
Indeks Ketidakpuasan Pelanggan Layanan Keseluruhan

Indeks	Dimensi	Ekspetasi	Persepsi	Score (Dimensi)
Indeks Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kualitas Pelayanan	<i>Tangibles</i>	5,98	5,71	95,49
	<i>Reliability</i>	6,09	5,69	93,44
	<i>Responsiveness</i>	5,97	5,49	91,96
	<i>Assurance</i>	5,91	5,50	93,07
	<i>Empathy</i>	6,14	5,92	96,42
Indeks Kepuasan Pelanggan		6,02	5,67	94,08

Sumber: Survey Kepuasan Pelanggan PT Reasuransi Nasional Indonesia Tahun 2015

Hasil penilaian kualitas pelayanan pada tabel 1 menunjukkan bahwa, PT Reasuransi Nasional Indonesia secara keseluruhan belum sepenuhnya dapat memenuhi harapan pelanggan karena indeksnya masih <100, indeks kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan perusahaan sebesar 94,08 jika dibandingkan dengan tahun 2014 indeks kepuasan pelanggan sebesar 96,01 atau turun sebesar 1,93 artinya pelanggan tidak puas terhadap salah satu atribut pelayanan yang disediakan perusahaan, sehingga perlu diperbaiki sistem dan prosedur pelayanannya.

B. PERMASALAHAN

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Reasuransi Nasional Indonesia?
2. Apakah terdapat pengaruh kecepatan konfirmasi akseptasi treaty terhadap kepuasan pelanggan pada PT Reasuransi Nasional Indonesia?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi treaty terhadap kepuasan pelanggan pada PT Reasuransi Nasional Indonesia?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi treaty terhadap kepuasan pelanggan pada PT Reasuransi Nasional Indonesia?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap

kepuasan pelanggan pada PT Reasuransi Nasional Indonesia.

2. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty* terhadap kepuasan pelanggan pada PT Reasuransi Nasional Indonesia.
3. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty* terhadap kepuasan pelanggan pada PT Reasuransi Nasional Indonesia.
4. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty* terhadap kepuasan pelanggan pada PT Reasuransi Nasional Indonesia.

D. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian merupakan panduan bagi penulis dalam penelitian untuk memperoleh kebenaran ilmiah. Jenis penelitian dalam karya ilmiah ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty* terhadap kepuasan pelanggan PT Reasuransi Nasional Indonesia. Oleh karena itu, metode penelitian tersebut digunakan agar mempermudah penulis dalam menentukan solusi dari permasalahan yang telah dirumuskan.

Menurut Sugiyono (2014:8), penelitian deskriptif merupakan penelitian yang tujuan utamanya adalah mendeskripsikan atau menggambarkan sesuatu secara sistematis dan faktual mengenai fakta dan hubungan antar fenomena atau variabel yang diteliti. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan literatur lengkap dan hipotesis yang dirumuskan dengan jelas.

E. PROSEDUR ANALISIS DATA

Pengumpulan Data

Data Primer

Menurut Sugiyono (2014:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan

tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Data primer merupakan data yang dikumpulkan penulis langsung dari sumber utamanya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data primer sebagai data utama dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden yang dalam penelitian ini merupakan pelanggan yang menjalankan bisnisnya dengan PT Reasuransi Nasional Indonesia khususnya di bagian *Treaty*. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara dengan bagian perusahaan yang terkait dengan masalah yang akan diteliti sebagai informasi penunjang dalam penelitian ini.

Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bersumber dari hasil penelitian orang lain yang dibuat untuk maksud yang berbeda. Penggunaan data sekunder dalam penelitian ini adalah untuk menunjang perolehan data utama yang didapat dari teori di dalam buku-buku mengenai kualitas pelayanan, kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty* dan kepuasan pelanggan. Selain itu, penulis juga mencari informasi dari beberapa artikel, jurnal, dan dokumen yang dimiliki oleh perusahaan yang berkaitan dengan tema penelitian.

Populasi dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2014:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas suatu objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya adalah pelanggan yang menjalankan bisnisnya dengan PT Reasuransi Nasional Indonesia khususnya di bagian *treaty*, sebanyak 116 Perusahaan Asuransi.

Penulis berpedoman pada pendapat Muri Yusuf (2015), untuk cara pengambilan sampel, yaitu jumlah sampel yang diambil didasarkan pada perhitungan rumus Slovin.

$$s = \frac{n}{1 + n \cdot e^2}$$

Keterangan :

s = Sampel;
 n = Populasi;
 e = Derajat ketelitian atau nilai kritis $e = 10\%$
 Diketahui populasi mitra bisnis PT Reasuransi Nasional Indonesia khususnya di bagian Treaty adalah 116 Perusahaan Asuransi & Broker.
 $n = 116$
 $e = 10\%$
 Ditanya : s ? Berapa jumlah sampel yang akan diambil ?

Jadi, untuk sampel metodologi ini akan menggunakan 54 responden/pelanggan yang menjalankan bisnisnya dengan PT Reasuransi Nasional Indonesia khususnya di bagian Treaty. Tahapan berikutnya adalah menentukan sampel yang diambil dari populasi. Menurut Sugiyono (2014:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* yang merupakan teknik untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dengan kata lain cara pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama untuk diambil kepada setiap elemen populasi. Dalam penelitian ini yang dipilih oleh penulis untuk dijadikan sampel adalah pelanggan yang menjalankan bisnisnya dengan PT Reasuransi Nasional Indonesia yang berjumlah 44 Perusahaan Asuransi/Broker dan 54 responden yang akan diminta untuk mengisi kuesioner mengenai kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty* terhadap kepuasan pelanggan di PT Reasuransi Nasional Indonesia.

Teknik Analisis Data

Analisis Skala Likert

Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan setelah data terkumpul dari responden yang telah mengisi kuesioner yang telah dibagikan. Kemudian dilakukan pemberian bobot nilai pada masing-masing jawaban responden. Pemberian nilai tersebut berupa angka atas jawaban responden yang diukur dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2014:93), skala likert

digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh penulis yang disebut sebagai variabel dalam penelitian.

Tabel 2
 Skala *Likert*

Sangat Setuju	(SS)	Diberi Skor 5
Setuju	(S)	Diberi Skor 4
Cukup Setuju	(CS)	Diberi Skor 3
Tidak Setuju	(TS)	Diberi Skor 2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	Diberi Skor 1

Sumber : Sugiyono (2014:94)

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2014:192), analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependent (kriterium), bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi, analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

Menurut Sugiyono (2014:192), persamaan umum regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Nilai garis regresi, yaitu apabila nilai X (bilangan konstan)

β = Koefisien regresi, yaitu besarnya perubahan yang terjadi pada Y

e = *Error*

X_1 = Nilai variabel X_1 , Kualitas Pelayanan

X_2 = Nilai variabel X_2 , Kecepatan Konfirmasi Akseptasi *Treaty*

Persamaan regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independent berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independent mengalami kenaikan atau penurunan.

Uji Validitas

Validitas merupakan keabsahan atau akurasi suatu alat ukur. Validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu mengukur sesuatu. Validitas digunakan juga untuk menyakinkan pembaca bahwa data yang dikumpulkan benar-benar menggambarkan fenomena yang ingin diukur.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan keabsahan suatu instrumen. Suatu instrumen tersebut dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel-variabel yang diteliti dengan tepat. Dalam penelitian ini penulis menggunakan keusioner sebagai alat pengumpul data, maka uji validitas ini digunakan untuk menguji data yang telah dapat dibagi dari pengisian kuesioner tersebut apakah valid atau tidak. Menurut Sugiyono (2014:182) rumus yang digunakan untuk uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan :

- rx_y = Koefisien Korelasi *Product Moment*
- n = Besarnya Sampel Dalam Penelitian
- Σ X = Nilai Dari Variabel X (Variabel Bebas)
- Σ Y = Nilai Dari Variabel Y (Variabel Terikat)
- Σ X² = Jumlah Total Jawaban Dari Variabel Bebas yang Telah Dikuadratkan
- Σ Y² = Jumlah Total Jawaban Dari Variabel Terikat yang Telah Dikuadratkan

Uji hipotesis untuk validitas tiap butir pertanyaan suatu angket adalah sebagai berikut. Teknik analisis data menggunakan bantuan program perangkat lunak SPSS (*Statistic Package Social Science*) untuk menguji pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yang berdasarkan uji korelasi *product moment* dengan menggunakan taraf signifikan atau tingkat kepercayaan 95% (0,05).

- a. Jika r hitung ≥ r tabel, maka pernyataan dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung ≤ r tabel, maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang digunakan untuk mengetahui apakah hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan secara dua kali atau lebih. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan alat ukur *Cronbach's Alpha* dengan menggunakan bantuan program *computer Microsoft Excel*. Rumus *Alpha Cronbach* adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right]$$

Keterangan :

- r₁₁ = Reliabilitas instrumen
- k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal
- Σσ_b² = Jumlah varian butir/item
- V_t² = Varian total

Menurut Sugiyono (2014:184), pengukuran koefisien korelasi reliabilitas dapat dikelompokkan menjadi lima kriteria, dari sangat rendah sampai dengan sangat kuat.

Tabel 3

Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2014:184)

Menurut Sugiyono (2014:184) semakin nilai koefisien *Cronbach's Alpha* mendekati satu menunjukkan bahwa hasil yang diperoleh memiliki relabititas yang tinggi. Nilai *Cronbach's Alpa* yang diperoleh dianggap terendah namun masih bisa diterima adalah 0,60 hingga 0,799.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan proses untuk memperkirakan parameter populasi berdasarkan data yang diambil dari sampel penelitian (statistik). Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari variabel variabel X1 (kualitas pelayanan) dan variabel X2 (kecepatan konfirmasi akseptasi treaty) dengan variabel Y (Kepuasan

Pelanggan), dimana hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

- a. $H1: \rho_{x1} > 0$ = Ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT Reasuransi Nasional Indonesia.
 $H0: \rho_{x1} = 0$ = Tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT Reasuransi Nasional Indonesia.
- b. $H1: \rho_{x2} > 0$ = Ada pengaruh positif antara kecepatan konfirmasi akseptasi treaty (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT Reasuransi Nasional Indonesia.
 $H0: \rho_{x2} = 0$ = Tidak ada pengaruh antara kecepatan konfirmasi akseptasi treaty (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT Reasuransi Nasional Indonesia.
- c. $H1: \rho_{y1.2} > 0$ = Ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan (X1) dan kecepatan konfirmasi akseptasi treaty (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT Reasuransi Nasional Indonesia secara bersama-sama.
 $H0: \rho_{y1.2} = 0$ = Tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X1) dan kecepatan konfirmasi akseptasi treaty (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT Reasuransi Nasional Indonesia secara bersama-sama.

Uji Signifikan Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1 dan X2 (kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi treaty) benar-benar memiliki pengaruh terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan/mitra bisnis) secara terpisah atau parsial. Dasar pengambilan keputusannya adalah menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a. Apabila angka probabilitas signifikansi thitung $>$ ttabel, maka variabel X1 atau X2 berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Y.
- b. Apabila angka probabilitas signifikansi thitung $<$ ttabel, maka variabel X1 atau X2

tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Y.

Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel X dan Y, apakah variabel X1 dan X2 (kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi treaty) benar-benar memiliki pengaruh terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan/mitra bisnis) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel Y.

Dasar pengambilan keputusannya adalah menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a. Apabila probabilitas signifikansi Fhitung $>$ Ftabel, maka variabel X berpengaruh positif terhadap variabel Y.
- b. Apabila probabilitas signifikansi Fhitung $<$ Ftabel, maka variabel X tidak berpengaruh positif terhadap variabel Y.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketetapan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R²) nol, maka variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati 1 (satu), maka dapat dikatakan bahwa variabel dependen. Selain itu, koefisien determinasi (R²) dipergunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).

F. TEORI TERKAIT

Pengertian Reasuransi

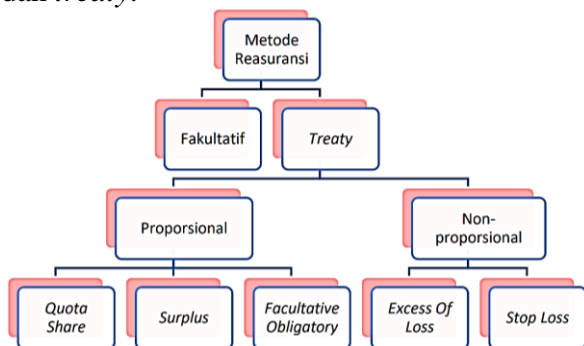
Dalam kegiatan asuransi, reasuransi memegang peranan penting dimana perusahaan reasuransi akan menjamin risiko yang sudah di tutup oleh asuransi sehingga jika kapasitas asuransi tidak cukup mereka bisa mereasuransikan kembali ke penanggung ulang atau reinsurer.

Menurut UU No. 40 tahun 2014 tentang Perasuransian pengertian reasuransi adalah usaha jasa pertanggungungan ulang terhadap risiko yang dihadapi oleh perusahaan

asuransi baik asuransi kerugian maupun asuransi jiwa. Dari uraian di atas, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa reasuransi adalah suatu perjanjian yang diadakan antara dua pihak, yaitu antara perusahaan asuransi (*ceding company*) sebagai penanggung pertama dengan perusahaan reasuransi sebagai penanggung kedua. Pihak pertama menyetujui untuk memindahkan dan pihak kedua menyetujui untuk menerima suatu bagian yang ditentukan dari suatu risiko sebagaimana ketentuan yang diperjanjikan.

Metode Reasuransi

Berdasarkan cara penempatannya, reasuransi dapat dilakukan secara fakultatif dan *treaty*.



Gambar 1
Metode Reasuransi

Treaty

Penempatan reasuransi secara *treaty* dilakukan melalui suatu perjanjian antara *ceding company* dan reasuradur berdasarkan syarat dan kondisi yang telah disetujui bersama. Dalam perjanjian ini, *ceding company* wajib mereasuransikan pertanggung yang telah diaksep kepada reasuradur, dan reasuradur wajib menerima pertanggung tersebut. Sebelum tercapainya kesepakatan, *ceding company* dan reasuradur melakukan negosiasi mengenai syarat dan kondisi perjanjian *treaty* ini.

Ceding company harus memberikan data dan informasi secara lengkap kepada reasuradur seperti: detail portofolio bisnis yang akan direasuransikan, *underwriting policy* *ceding company*, statistik atau pengalaman *treaty* selama beberapa tahun terakhir. Hal ini sangat diperlukan mengingat dukungan reasuransi yang diberikan reasuradur bersifat otomatis dalam jangka

waktu tertentu. Dalam hal ini, reasuradur telah memberikan suatu kepercayaan penuh kepada *ceding company* untuk menerima risiko-risiko yang sesuai dengan syarat dan kondisi yang sesuai dalam perjanjian *treaty*.

Reasuransi *treaty* dibagi menjadi 2 yaitu: proporsional dan non-proporsional.

1) Treaty proporsional

Treaty proporsional merupakan bentuk perjanjian reasuransi yang membagi risiko secara sebanding antara premi, liability, dan klaim. Didalam *treaty proporsional* ada 2 jenis cara reasuransi yaitu:

a. Quota share

Suatu bentuk perjanjian reasuransi yang mengatur pembagian saham suatu risiko antara *ceding company* dan reasuradur dalam suatu persentase yang tetap.

1. Berdasarkan annual basis.
2. *Ceding company* wajib menawarkan suatu bisnis.
3. Reinsurer wajib menerima bisnis yang ditawarkan tersebut.
4. Bagian atau share dari *ceding company* & reinsurer ditentukan berdasarkan proporsi yang tetap di awal perjanjian.

Keuntungan *treaty proporsional-quota share*:

1. Administrasi sederhana dan biaya murah.
2. Komisi lebih tinggi dan term lebih baik.
3. Menerima sejumlah saham untuk setiap risiko.

Kelemahan *treaty proporsional-quota share*:

1. Koefisien premi yang tinggi.
2. Persentase *quota share* yang ketat.
3. Tidak fleksibel.

b. Surplus

Reasuradur menerima kelebihan suatu risiko yang melebihi jumlah yang ditahan (*own retention*).

1. Berdasarkan annual basis
2. *Ceding company* wajib menawarkan suatu bisnis
3. Reinsurer wajib menerima bisnis yang ditawarkan tersebut
4. Reinsurer wajib mengaksep setiap kelebihan risiko di atas premi (O/R) *ceding company*
5. Berdasarkan line basis

Keuntungan *treaty proporsional-surplus*:

1. Yang direasuransikan hanya bagian risiko yang melebihi retensi *ceding company*.
2. Portofolio yang ditahan homogen karena retensi *ceding company* berupa limit moneter yang tetap.
3. *Ceding company* bisa mendapatkan keuntungan bisnis, karena menahan lebih besar risiko yang baik.

Kelemahan treaty proporsional-surplus:

1. Biaya administrasi tinggi.
2. Perlu orang yang berpengalaman dalam menetapkan retensi, menghitung premi retensi dan premi reasuransi.

c. **Facultative Obligatory**

Reasuransi secara fakultatif ini memberikan kebebasan kepada *ceding company* untuk menempatkan reasuransinya kepada reasuradur, tapi pihak reasuradur harus menerima reasuransi yang ditawarkan tersebut, namun dengan syarat dan kondisi sesuai perjanjian.

2) **Treaty non-proporsional**

Berlawanan dengan ciri *treaty proporsional*, dimana terdapat suatu pembagian yang sebanding, dalam non-proporsional saham *ceding company* dan reasuradur tidak berdasarkan pembagian yang sama antara premi, liability, dan klaim. Di dalam *treaty non-proporsional* ada 2 jenis cara reasuransi, yaitu:

a. **Excess of Loss**

Suatu bentuk kerjasama antara *ceding company* dan *reinsurer*:

1. Berdasarkan *annual basis*
 2. *Ceding company* wajib menawarkan suatu bisnis dan *reinsurer* wajib menerima bisnis yang ditawarkan tersebut.
 3. Dimana dalam setiap klaim atau serangkaian klaim yang timbul dari satu peristiwa, bagian yang menjadi tanggungan *ceding company* terbatas hanya pada jumlah tertentu, sedangkan selebihnya menjadi beban *reinsurer*, inipun juga mencapai jumlah yang telah ditetapkan dalam perjanjian reasuransi yang bersangkutan.
 4. Berdasarkan *underlying (U/R)* dan *layer basis*.
- b. **Stop Loss**

Suatu bentuk kerjasama antara *ceding company* dan *reinsurer*:

1. Berdasarkan *annual basis*
2. *Ceding company* wajib menawarkan suatu bisnis dan *reinsurer* wajib menerima bisnis yang ditawarkan tersebut.
3. Memproteksi *own retention ceding company*, dimana *reinsurer* akan bertanggung jawab bila kerugian melebihi *net retention (U/R) ceding company* sesuai dengan jumlah yang telah ditetapkan *ceding company* hingga jumlah yang ditetapkan dalam *treaty* sebagai *cover limit*.
4. Berdasarkan *underlying (U/R)* dan *layer basis*.

Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan kerangka definisional yang disusun oleh Giese dan Cote (2000) yang dikutip oleh Tjiptono dan Chandra (2011:292), kepuasan pelanggan adalah:

a. Rangkuman berbagai intensitas respon aktif. Tipe respon efektif dan tingkat intensitas yang mungkin dialami konsumen harus didefinisikan secara eksplisit oleh peneliti, tergantung pada konteks penelitiannya.

b. Dalam waktu penentuan spesifik dan durasi terbatas. Peneliti harus menentukan waktu penentuan yang paling relevan dengan masalah penelitiannya dan mengidentifikasi kemungkinan durasi respon tersebut.

c. Ditujukan bagi aspek penting dalam pemerolehan dan atau konsumsi produk. Peneliti harus mengidentifikasi focus riset berdasarkan pertanyaan riset atau masalah manajerial yang dihadapi. Fokus ini bisa luas maupun sempit cakupannya dalam hal isu atau aktivitas pemerolehan atau konsumsi produk.

Kualitas Pelayanan

Berikut ini terdapat beberapa definisi kualitas pelayanan yang disampaikan oleh beberapa tokoh. Definisi-definisi tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

Kualitas pelayanan menurut J Supranto (2006:226), kualitas pelayanan adalah sebuah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan. Namun tindakan tersebut tidak berwujud dan mudah hilang, namun dapat dirasakan dan diingat. Dampaknya

adalah konsumen dapat lebih aktif dalam proses mengkonsumsi produk dan jasa suatu perusahaan.

Kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono (2011:164), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono, definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Dalam kualitas pelayanan yang baik, terdapat beberapa jenis kriteria pelayanan, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Ketepatan waktu pelayanan, termasuk didalamnya waktu untuk menunggu selama transaksi maupun proses pembayaran.
2. Akurasi pelayanan, yaitu meminimalkan kesalahan dalam pelayanan maupun transaksi.
3. Sopan santun dan keramahan ketika memberikan pelayanan.
4. Kemudahan mendapatkan pelayanan, yaitu seperti tersedianya sumber daya manusia untuk membantu melayani konsumen, serta fasilitas pendukung seperti komputer untuk mencari ketersediaan suatu produk.
5. Kenyaman konsumen, yaitu seperti lokasi, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman, aspek kebersihan, ketersediaan informasi, dan lain sebagainya.

Kualitas pelayanan menurut Wyckof (2002:59), kualitas pelayanan adalah sebuah tingkat keunggulan yang diharapkan, serta berkaitan dengan hal itu adalah tindakan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan konsumen. Wyckof melihat kualitas pelayanan tidak dipandang berdasarkan sudut pandang produsen melainkan dari persepsi orang yang menerima pelayanan. Hal ini karena konsumen yang merasakan dan mengkonsumsi pelayanan yang diberikan tersebut, sehingga konsumen mampu menilai dan menentukan kualitas pelayanan. Dengan demikian maka kualitas

pelayanan yang baik maupun buruk tergantung pada konsistensi kemampuan produsen dalam memenuhi harapan para konsumennya.

Kualitas pelayanan menurut Ratminto dan Atik (2005:2), tolak ukur keberhasilan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima layanan. Sedangkan tingkat kepuasan penerima layanan ini akan dapat diperoleh apabila seorang penerima layanan tersebut mendapatkan jenis pelayanan sesuai dengan yang mereka harapkan dan butuhkan. Dengan demikian maka kebutuhan penerima layanan harus sebisa mungkin dipenuhi agar diperoleh kepuasan. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli/konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Sebuah pelayanan dapat dilakukan pada saat konsumen memilih produk maupun setelah selesai melakukan transaksi pembelian produk. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang royal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan jurnal yang ditulis oleh Dukic dan Kijevkanin (2012), mengevaluasi kualitas oleh pelanggan adalah hasil dari manfaat yang mereka dapatkan dengan menggunakan produk (layanan), dan citranya. Namun, masalah utama yang timbul dalam pengelolaan kualitas layanan di perusahaan jasa adalah quality tidak dapat dengan mudah diidentifikasi dan diukur karena keistimewaan jasa. Dalam kaitannya dengan kualitas jika suatu produk, akan lebih sulit bagi pelanggan untuk mengukur secara objektif kualitas layanan, karena intangibility sebagai salah satu karakteristik utama. Oleh karena itu, persepsi kualitas layanan adalah pengiriman yang sesuai dengan harapan pelanggan, hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan terkait dengan layanan tertentu dan persepsi mereka tentang bagaimana layanan harus disediakan. Menyikapi bahwa penilaian kualitas pelayanan

tergantung pada evaluasi manfaat yang diberikannya, tetapi juga proses pengirimannya, menunjukkan kompleksitas kualitas konsep layanan.

Menurut jurnal Razavi, Safari, Shafie, dan Khoram (2012), menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan harus menjadi tujuan akhir dari semua perusahaan. Dengan adanya bukti empiris mendukung pandangan ini, dengan alasan bahwa kepuasan pelanggan mengurangi proses yang bersifat positif, ditambahkan bahwa hubungan antara kepuasan pelanggan dan atribut layanan telah terbukti sulit untuk diterapkan tetapi dapat di tekankan kepada perusahaan bahwa manfaat dari kualitas pelayanan sangat bergantung kepada kepuasan konsumen.

Zafar, Asif, Hunjra, Ahmad (2011) mengatakan bahwa, kualitas pelayanan juga terkait dengan loyalitas pelanggan. Dimana peneliti lainnya menyatakan pandangan bahwa kepuasan pelanggan dibandingkan kualitas pelayanan yang diberikan dapat pengaruh kuat dalam niat membeli konsumen, mereka juga memberikan bukti-bukti empiris yang kuat yang mendukung fakta bahwa kualitas pelayanan meningkatkan niat pelanggan untuk tetap setia terhadap perusahaan.

Konfirmasi Akseptasi

Konfirmasi akseptasi merupakan tahapan terpenting dalam sebuah penutupan asuransi, tanpa adanya akseptasi maka tidak akan adanya polis asuransi. Proses akseptasi atau yang lebih dikenal dengan proses *underwriting* adalah kegiatan dari penyeleksi dan pengelola risiko (*underwriter*) yang menganalisa suatu permintaan pertanggungan dan memutuskan apakah permintaan tersebut dapat diterima, ditolak atau diterima dengan bersyarat sampai pada proses penerbitan closing slip.

Prosedur Negosiasi Treaty Proporsional

1. Dokumen Penawaran Kerjasama Reasuransi *Treaty*
Perusahaan menerima surat penawaran kerjasama *treaty* secara tertulis dari Perusahaan Asuransi (Cedant/Broker Re) yang diterima melalui *email* atau Sekretaris Perusahaan.

2. Pencatatan Dokumen

Pegawai Bagian Treaty melakukan pencatatan dalam Agenda Surat Masuk (ASM)

3. *Updating List* Prasyarat Nego

Pegawai Bagian Treaty melakukan *Updating List Prasyarat Negosiasi (LPN)* yang meliputi:

- a. Proposal Program *Treaty*
- b. *Treaty Summary* yang disetujui oleh *Leader* (untuk member)
- c. Statistik
- d. *Risk & Loss Profile for 5 years*
- e. *Loss Profile for 5 years*
- f. *Statistic Triangulation*
- g. *List of Outstanding Losses*
- h. *Accumulation Control* (hanya untuk lini usaha Harta Benda)
- i. Rencana bisnis
- j. *Financial Statement*
- k. Bukti pembayaran *Statement of Accounts (SOA)* triwulan ke-2

Untuk cedant yang baru mengadakan kerjasama *treaty* ditambahkan data informasi mengenai:

- a. Izin Prinsip dan Izin Operasional dari pihak berwenang (Otoritas Jasa Keuangan/OJK)
- b. Akte pendirian
- c. Susunan Manajemen dan Struktur Organisasi
- d. Tenaga Ahli dan *Underwriters*
- e. Rencana Kerja dan perkiraan Pendapatan Premi untuk setiap kontrak (EPI per COB)
- f. Sumber dana dan Bisnis
- g. Grup Usaha
- h. *Treaty Leader*

4. Melaporkan Kelengkapan Dokumen

Pegawai Bagian Treaty meneruskan kepada Pejabat yang berwenang Bagian *Treaty*.

5. Memeriksa Kelengkapan Dokumen

Kepala Seksi Treaty meneliti dan memeriksa kelengkapan dokumen.

6. Analisis Penawaran *Treaty*

Kepala Seksi *Treaty* menganalisis Penawaran *Treaty Proporsional*:

- a. Analisis *Term & Condition (T/C)*,
- b. Analisis Portofolio *Treaty/risk and loss profile*,
- c. Evaluasi Hasil Kinerja *Treaty*,

d. Analisis rencana bisnis

7. Negosiasi Kontrak *Treaty*

Melakukan negosiasi kontrak *treaty*, baik bertindak sebagai *leader* atau member

8. Menerima Dokumen *Cover Note*

Pegawai bagian *treaty* menerima dokumen *cover note* dan mencatat ke dalam Agenda Surat Masuk (ASM)

9. Memeriksa Dokumen *Cover Note*

Pegawai/Kepala Seksi/Kepala Bagian secara berjenjang memeriksa *cover note final* dari *Cedant/Broker Re* yang sudah ditandatangani, yang menggunakan kertas Kop Surat *Cedant/Broker Re*

10. Penandatanganan *Cover Note* oleh Direksi

11. Pengembalian Duplikat *Cover Note*

Duplikat *Cover Note* yang sudah ditandatangani dikirimkan ke *Cedant*

12. *Entry Summary Treaty*

Bagian *Treaty* melakukan *entry summary treaty* sesuai dengan *cover note*

13. Penyimpanan Dokumen *Cover Note*

Dokumen *cover note* disimpan ke dalam DMS dan arsip bagian *Treaty*

14. Selesai

Prosedur *Approval Treaty Proporsional*

1. Dokumen *Approval Treaty* dari *Cedant/Broker Re* melalui:

- a. *Email*
- b. *Facsimile*

2. Proses Analisis

- a. Analisis *Terms and Conditions*
- b. Analisis Risiko

- 1) Jenis okupasi dan objek pertanggung
- 2) Lokasi objek pertanggung
- 3) Hal-hal yang memperbaiki atau memperburuk tingkat risiko
- 4) Kesesuaian harga pertanggung
- 5) Pengalaman kerugian yang pernah terjadi
- 6) Reputasi tertanggung dengan perusahaan asuransi
- 7) Kondisi perusahaan tertanggung
- 8) Hubungan tertanggung dengan Asuransi

3. Jika di dalam proses analisis masih dibutuhkan data tambahan, maka Pegawai

Bagian *Treaty* menghubungi *Cedant* untuk memperoleh data tersebut

4. Usulan dan Saran Hasil Analisis

- a. Usulan dan saran bahwa permintaan *approval* dapat diaksep dengan syarat atau tanpa syarat.
- b. Usulan dan saran bahwa permintaan *approval* ditolak

5. Keputusan Pejabat Yang Berwenang

Memutuskan mengaksep risiko sesuai dengan batasan kapasitas yang dimiliki oleh pejabat yang tercantum dalam kebijakan Divisi atau memutuskan untuk menolak risiko yang ditawarkan

6. Konfirmasi Keputusan

Konfirmasi disampaikan kepada *cedants* dengan ditandatangani oleh pejabat yang berwenang atau bila melalui email konfirmasi dapat langsung dibuat oleh Pegawai Bagian *Treaty* sesuai keputusan pejabat yang bersangkutan dengan mencantumkan nama pejabat dan tembusan email tersebut ke pejabat yang bersangkutan

7. *Filing Data Approval Treaty*

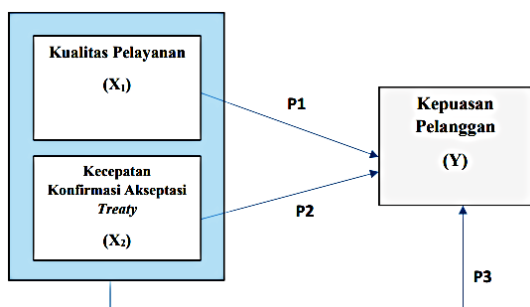
8. Selesai

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan gambaran singkat yang menjelaskan latar belakang penelitian. Kerangka berpikir yang dijelaskan pada penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Reasuransi Nasional Indonesia, penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) variabel, 2 (dua) varianbel bebas dan 1 (satu) variabel terikat, yaitu:

1. Variabel bebas atau masalah yang menjadi penyebab:
 - a. Kualitas Pelayanan (X1)
 - b. Kecepatan Konfirmasi Akseptasi (X2)
2. Variabel terikat atau masalah yang menjadi akibat adalah terhadap kepuasan pelanggan PT Reasuransi Nasional Indonesia (Y)

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki suatu kerangka penelitian yang dapat menjadi landasan teori dalam penulisan yang dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2
Kerangka Penelitian

Keterangan:

P1= Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

P2= Pengaruh Kecepatan Konfirmasi Akseptasi Treaty (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

P3= Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kecepatan Konfirmasi Akseptasi Treaty (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

- Keterangan:
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Penutupan Polis (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).
 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Penyelesaian Klaim (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).
 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Penutupan Polis (X1) dan Penyelesaian Klaim (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

G. PEMBAHASAN Tanggapan Responden Kualitas Pelayanan

Variabel kualitas pelayanan (X1) diukur dengan menggunakan 5 (lima) dimensi yaitu: 1) Bukti fisik (*Tangible*), 2) Keandalan (*Reliability*), 3) Daya tanggap (*Responsiveness*), 4) Jaminan (*Assurance*), 5) Empati (*Emphaty*). Berdasarkan dimensi tersebut, dibuat indikator yang menjadi item pernyataan di dalam kuesioner. Berikut ini merupakan deskripsi variabel kualitas pelayanan (X1) di PT Reasuransi Nasional Indonesia yang disajikan per dimensi:

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

Tabel 4
Bukti Fisik (*Tangible*)

No	Pernyataan	Nilai					Total
		SS 5	S 4	CS 3	TS 2	STS 1	
1.	Fasilitas kantor yang nyaman, seperti ruang penerimaan tamu/ <i>lobby</i> , ruang rapat dan ruang pejabat terkait yang dikunjungi.	15	26	8	5		54
2.	Perusahaan memanfaatkan media elektronik yang memudahkan dalam bertransaksi.	3	15	29	7		54

Sumber: Data diolah oleh Penulis

Berdasarkan Tabel 4 dapat dideskripsikan mengenai dimensi Bukti fisik (*Tangible*), yaitu sebagai berikut:

- a. Fasilitas kantor yang nyaman, seperti ruang penerimaan tamu/*lobby*, ruang rapat dan ruang pejabat terkait yang dikunjungi sehingga dapat diketahui bahwa nilai tertinggi dalam pernyataan tersebut ditujukan pada angka 4 atau setuju, dengan nilai frekuensi terbesar yaitu 26 atau sebesar 48,15% dari jumlah total 54 responden.
- b. Perusahaan memanfaatkan media elektronik yang memudahkan dalam bertransaksi sehingga dapat diketahui bahwa nilai tertinggi dalam pernyataan tersebut ditujukan pada angka 3 atau cukup setuju, dengan nilai frekuensi terbesar yaitu 29 atau sebesar 53,71% dari jumlah total 54 responden.

2. Keandalan (*Reliability*)

Tabel 5
Keandalan (*Reliability*)

No	Pernyataan	Nilai					Total
		SS 5	S 4	CS 3	TS 2	STS 1	
3.	Perusahaan memberikan kapasitas penutupan reasuransi <i>treaty</i> sesuai kebutuhan pelanggan.	7	17	16	13	1	54
4.	Rekonsiliasi data dapat dilakukan setiap saat dibutuhkan oleh pelanggan.	18	24	11	1		54

Sumber: Data diolah oleh Penulis

Berdasarkan Tabel 5 dapat dideskripsikan mengenai dimensi Keandalan (*Reliability*), yaitu sebagai berikut:

- a. Perusahaan memberikan kapasitas penutupan reasuransi *treaty* sesuai kebutuhan pelanggan sehingga dapat diketahui bahwa nilai tertinggi dalam pernyataan tersebut ditujukan pada angka 4 atau setuju, dengan nilai frekuensi terbesar yaitu 17 atau sebesar 31,5% dari jumlah total 54 responden.
- b. Rekonsiliasi data dapat dilakukan setiap saat dibutuhkan oleh pelanggan sehingga dapat diketahui bahwa nilai tertinggi dalam pernyataan tersebut ditujukan pada angka 4 atau setuju, dengan nilai 51 frekuensi terbesar yaitu 24 atau sebesar 44,4% dari jumlah total 54 responden.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Tabel 6
Daya Tanggap (*Responsiveness*)

No	Pernyataan	Nilai					Total
		SS	S	CS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
5.	Pelanggan dapat menyampaikan keluhannya dengan mudah dan mendapat respon dari perusahaan.	24	18	8	4		54

Sumber: Data diolah oleh Penulis

Berdasarkan Tabel 6 dapat dideskripsikan mengenai dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu sebagai berikut:

- Pelanggan dapat menyampaikan keluhannya dengan mudah dan mendapat respon dari perusahaan sehingga dapat diketahui bahwa nilai tertinggi dalam pernyataan tersebut ditujukan pada angka 5 atau sangat setuju, dengan nilai frekuensi terbesar yaitu 24 atau sebesar 44,4% dari jumlah total 54 responden.

4. Jaminan (*Assurance*)

Tabel 7
Jaminan (*Assurance*)

No	Pernyataan	Nilai					Total
		SS	S	CS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
6.	Perusahaan memberikan prioritas kepada pelanggan dalam hal akses, waktu dan beragam sarana untuk bertransaksi.	6	22	19	7		54

Sumber: Data diolah oleh Penulis

Berdasarkan Tabel 7 dapat dideskripsikan mengenai dimensi Jaminan (*Assurance*), yaitu sebagai berikut:

- Perusahaan memberikan prioritas kepada pelanggan dalam hal akses, waktu dan beragam sarana untuk bertransaksi sehingga dapat diketahui bahwa nilai tertinggi dalam pernyataan tersebut ditujukan pada angka 4 atau setuju, dengan nilai frekuensi terbesar yaitu 22 atau sebesar 40,75% dari jumlah total 54 responden.

5. Empati (*Empathy*)

Tabel 8
Empati (*Empathy*)

No	Pernyataan	Nilai					Total
		SS	S	CS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
7.	Perusahaan menjalankan hubungan kerja yang akrab dengan pelanggan.	7	15	24	8		54

Sumber: Data diolah oleh Penulis

Berdasarkan Tabel 8 dapat dideskripsikan mengenai dimensi Empati (*Empathy*), yaitu sebagai berikut:

- Perusahaan menjalankan hubungan kerja yang akrab dengan pelanggan sehingga dapat diketahui bahwa nilai tertinggi dalam pernyataan tersebut ditujukan pada angka 3 atau cukup setuju, dengan nilai frekuensi terbesar yaitu 24 atau sebesar 44,4% dari jumlah total 54 responden.

Kecepatan Konfirmasi Akseptasi *Treaty*

Variabel kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty* diukur menggunakan 2 dimensi, yaitu: 1) Kecepatan dan ketepatan waktu dan 2) Kecekanan. Berdasarkan dimensi tersebut, dibuat indikator yang kemudian menjadi item pernyataan di dalam kuesioner. Berikut ini merupakan deskripsi variabel kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty* (X2) di PT Reasuransi Nasional Indonesia.

Tabel 8
Kecepatan Konfirmasi Akseptasi *Treaty*

No	Pernyataan	Nilai					Total
		SS	S	CS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
Kecepatan & Ketepatan Waktu							
1.	Karyawan/Staff divisi <i>treaty</i> dapat menyelesaikan pekerjaan dengan teliti sesuai dengan SOP yang berlaku.	13	25	12	4		54
2.	Karyawan/Staff menyelesaikan tugas sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.	17	21	13	3		54
3.	Perusahaan memberikan kepastian dalam proses akseptasi <i>treaty</i> .	14	22	11	4	3	54
Kecekanan							
4.	Memberikan konfirmasi akseptasi risiko <i>treaty</i> dengan cepat terhadap penawaran yang disampaikan pelanggan.	18	24	10	1	1	54
5.	Perusahaan selalu memahami kebutuhan pelanggan terhadap hal-hal yang berhubungan dengan <i>core business</i> seperti akseptasi.	31	16	6	1		54

Sumber: Data diolah oleh Penulis

Berdasarkan Tabel 8 dapat dideskripsikan mengenai variabel kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty*, yaitu sebagai berikut:

- Karyawan/Staff divisi *treaty* dapat menyelesaikan pekerjaan dengan teliti sesuai dengan SOP yang berlaku sehingga

dapat diketahui bahwa nilai tertinggi dalam pernyataan tersebut ditujukan pada angka 4 atau setuju, dengan nilai frekuensi terbesar yaitu 25 atau sebesar 46,3% dari jumlah total 54 responden.

- b. Karyawan/Staff menyelesaikan tugas sesuai dengan waktu yang telah ditentukan sehingga dapat diketahui bahwa nilai tertinggi dalam pernyataan tersebut ditujukan pada angka 4 atau setuju, dengan nilai frekuensi terbesar yaitu 21 atau sebesar 38,9% dari jumlah total 54 responden.
- c. Perusahaan memberikan kepastian dalam proses akseptasi *treaty* sehingga dapat diketahui bahwa nilai tertinggi dalam pernyataan tersebut ditujukan pada angka 4 atau setuju, dengan nilai frekuensi terbesar yaitu 22 atau sebesar 40,75% dari jumlah total 54 responden.
- d. Memberikan konfirmasi akseptasi risiko *treaty* dengan cepat terhadap penawaran yang disampaikan pelanggan sehingga dapat diketahui bahwa nilai tertinggi dalam pernyataan tersebut ditujukan pada angka 4 atau setuju, dengan nilai frekuensi terbesar yaitu 24 atau sebesar 44,4% dari jumlah total 54 responden.
- e. Perusahaan selalu memahami kebutuhan pelanggan terhadap hal-hal yang berhubungan dengan *core business* seperti akseptasi sehingga dapat diketahui bahwa nilai tertinggi dalam pernyataan tersebut ditujukan pada angka 5 atau sangat setuju, dengan nilai frekuensi terbesar yaitu 31 atau sebesar 57,4% dari jumlah total 54 responden.

Kepuasan Pelanggan

Variabel Kepuasan Pelanggan diukur dengan menggunakan 5 (lima) dimensi, yaitu: 1) Tetap setia, 2) Membeli produk yang ditawarkan, 3) Merekomendasikan produk, 4) Bersedia membayar lebih, 5) Memberi masukan. Berdasarkan dimensi tersebut, dibuat indikator yang kemudian menjadi item pernyataan di dalam kuesioner. Berikut ini merupakan deskripsi variabel kepuasan pelanggan (Y) di PT Reasuransi Nasional Indonesia.

Tabel 9
Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Nilai					Total
		SS	S	CS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
Tetap Setia							
1.	Pelanggan bersedia untuk terus menggunakan jasa Reasuransi dengan metode <i>treaty</i> .	24	16	11	3		54
Bersedia Membayar Lebih							
2.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dalam proses akseptasi.	12	21	18	3		54
Membeli Produk yang Ditawarkan							
3.	Nyaman bila mendatangi kantor PT Reasuransi Nasional Indonesia.	12	29	13			54
Memberi Masukan							
4.	Mendapatkan kemudahan akses informasi lebih baik dari yang lain.	9	17	23	5		54
Merekomendasikan Produk							
5.	Mendapatkan pelayanan lebih baik dari perusahaan lain.	11	15	26	2		54

Sumber: Data diolah oleh Penulis

Berdasarkan Tabel 9 dapat dideskripsikan mengenai variabel kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

- a. Pelanggan bersedia untuk terus menggunakan jasa Reasuransi dengan metode *treaty* sehingga dapat diketahui bahwa nilai tertinggi dalam pernyataan tersebut ditujukan pada angka 5 atau sangat setuju, dengan nilai frekuensi terbesar yaitu 24 atau sebesar 44,4% dari jumlah total 54 responden.
- b. Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dalam proses akseptasi sehingga dapat diketahui bahwa nilai tertinggi dalam pernyataan tersebut ditujukan pada angka 4 atau setuju, dengan nilai frekuensi terbesar yaitu 21 atau sebesar 38,95% dari jumlah total 54 responden.
- c. Nyaman bila mendatangi kantor PT Reasuransi Nasional Indonesia sehingga dapat diketahui bahwa nilai tertinggi dalam pernyataan tersebut ditujukan pada angka 4 atau setuju, dengan nilai frekuensi terbesar yaitu 29 atau sebesar 53,7% dari jumlah total 54 responden.
- d. Mendapatkan kemudahan akses informasi lebih baik dari yang lain sehingga dapat diketahui bahwa nilai tertinggi dalam pernyataan tersebut ditujukan pada angka 3 atau cukup setuju, dengan nilai frekuensi

terbesar yaitu 23 atau sebesar 42,6% dari jumlah total 54 responden.

- e. Mendapatkan pelayanan lebih baik dari perusahaan lain sehingga dapat diketahui bahwa nilai tertinggi dalam pernyataan tersebut ditunjukkan pada angka 3 atau cukup setuju, dengan nilai frekuensi terbesar yaitu 26 atau sebesar 48,14% dari jumlah total 54 responden.

Analisis Kuantitatif

Penulis menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji F, uji t dan uji R² untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti. Jawaban yang dihitung berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan dimana terdiri dari 7 pernyataan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, 5 pernyataan yang berhubungan dengan kecepatan konfirmasi akseptasi treaty dan 5 pernyataan yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan.

Uji Validitas

Teknik yang digunakan untuk uji validitas ini adalah “korelasi *product moment*” dari *pearson* dengan tingkat kepercayaan 95% (0,05) dilakukan dengan cara mengkorelasi skor masing-masing item dengan skor totalnya. Adapun hasil ujian validitas dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 20 *for windows* dapat disajikan dalam tabel berikut ini

Tabel 10
Hasil Uji Validitas

No.	Indikator	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan			
	X _{1.1}	0,287	0,221	Valid
	X _{1.2}	0,300	0,221	Valid
	X _{1.3}	0,259	0,221	Valid
	X _{1.4}	0,286	0,221	Valid
	X _{1.5}	0,251	0,221	Valid
	X _{1.6}	0,248	0,221	Valid
X _{1.7}	0,273	0,221	Valid	
2	Kecepatan Konfirmasi Akseptasi Treaty			
	X _{2.1}	0,263	0,221	Valid
	X _{2.2}	0,347	0,221	Valid
	X _{2.3}	0,236	0,221	Valid

	X _{2.4}	0,314	0,221	Valid
	X _{2.5}	0,341	0,221	Valid
3	Kepuasan Pelanggan			
	Y ₁	0,272	0,221	Valid
	Y ₂	0,344	0,221	Valid
	Y ₃	0,250	0,221	Valid
	Y ₄	0,320	0,221	Valid
	Y ₅	0,251	0,221	Valid

Sumber: Data diolah oleh Penulis

Berdasarkan pengujian pada tabel uji validitas di atas dapat dilihat bahwa keseluruhan item variabel penelitian mempunyai r_{hitung} > r_{tabel} yaitu pada taraf signifikansi 95% (α = 0,05) dan n = 54 diperoleh r_{tabel} 0,221 (Lampiran), maka dapat diketahui pada tiap-tiap item r_{hitung} > 0,221 sehingga dapat dikatakan bahwa keseluruhan item variabel penelitian adalah valid untuk digunakan sebagai instrumen dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dapat dipercaya oleh alat pengumpul data atau tidak, atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas ini dilakukan melalui uji *Alpha Cronbach*, dimana instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel jika α (koefisien *Alpha*) > 0,60.

Tabel 10
Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,721	Reliabel
2	Kecepatan Konfirmasi Akseptasi Treaty	0,756	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan	0,662	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh Penulis

Berdasarkan pengujian pada tabel uji reliabilitas di atas diketahui bahwa semua variabel mempunyai *Nilai Alpha* lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini adalah reliabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh fungsional antara

independent variable (X) dengan dependent variable (Y).

Tabel 11
Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta		
	B	Std. Error				
1 (Constant)	3.524	1.822		1.935	.059	
Kualitas Pelayanan	.165	.086	.216	1.916	.061	
Kecepatan Konfirmasi Akseptasi Treaty	.565	.102	.627	5.553	.000	

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah oleh Penulis

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, maka diperoleh regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,524 + 0,165 X_1 + 0,565 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Kecepatan Konfirmasi Akseptasi Treaty

Interpretasi atas hasil analisis tersebut sebagai berikut:
a = 3,524 adalah konstanta yang menunjukkan bahwa jika X (kualitas pelayanan, kecepatan konfirmasi akseptasi treaty) konstan atau X = 0, maka kepuasan pelanggan (Y) akan terjadi peningkatan sebesar 3,524.

b1 = 0,165 menunjukkan bahwa setiap kenaikan atau satu satuan variabel kualitas pelayanan, akan menambah kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,165

b2 = 0,565 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel kecepatan konfirmasi akseptasi treaty, akan menambah kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,565.

Uji t

Digunakan untuk menguji tingkat signifikansi variabel X terhadap Y secara parsial. Sampel yang digunakan sebanyak 54 orang, sehingga pengujian menggunakan uji t dengan $df = n - \text{variabel bebas} - 1$ atau $df = 54 - 2 - 1 = 51$ dan tingkat signifikansi (α) = 5% maka diperoleh ttabel sebesar 1,675.

Tabel 11
Uji t

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta		
	B	Std. Error				
1 (Constant)	3.524	1.822		1.935	.059	
Kualitas Pelayanan	.165	.086	.216	1.916	.061	
Kecepatan Konfirmasi Akseptasi Treaty	.565	.102	.627	5.553	.000	

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah oleh Penulis

Berdasarkan tabel 11, hasil analisis uji t adalah sebagai berikut:

- Pada variabel kualitas pelayanan (X1) $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,916 > 1,675$), maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan pelanggan.
- Pada variabel kecepatan konfirmasi akseptasi treaty (X2) $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,553 > 1,675$), maka variabel kecepatan konfirmasi akseptasi treaty berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Berdasarkan data di atas, data disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi treaty berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji F

Uji F digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh variabel-variabel independen (kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi treaty) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) secara simultan (bersama-sama). Uji F dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% dengan rumus menentukan Degree of freedom / derajat kebebasan yaitu $df(n1) = k - 1$ atau $df1 = 3 - 1 = 2$ dan $df(n2) = n - k$ atau $df2 = 54 - 3 = 51$, maka diperoleh Ftabel sebesar 3,18.

Tabel 12

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	48.161	2	24.080	40.430	.000 ^b
	Residual	30.376	51	.596		
	Total	78.537	53			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kecepatan Konfirmasi Akseptasi Treaty, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah oleh Penulis

Berdasarkan tabel 4.12 maka diperoleh $sig F 0,000 < 0,05$ dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($40,430 > 3,18$). Hal ini berarti bahwa kedua variabel independen (kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi treaty) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa pada uji F menerima H1 dan menolak H0.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty* terhadap kepuasan pelanggan PT Reasuransi Nasional Indonesia. Berikut adalah hasil perhitungan koefisien determinasi.

Tabel 13
Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.783 ^a	.613	.598	.77176	1.923

a. Predictors: (Constant), Kecepatan Konfirmasi Akseptasi Treaty, Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Tabel 13 terlihat *output SPSS model summary* dapat dilihat nilai koefisien determinasi (R²) = 0,613. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 0,613 atau 61,3% kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty*, sedangkan sisanya (1 - 0,613 = 0,387 atau 38,7%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model.

Interpretasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan di atas, dari kedua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty* terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan pada PT Reasuransi Nasional Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis regresi berganda menghasilkan persamaan regresi $Y = 3,524 + 0,165 X_1 + 0,565 X_2 + e$ dan menunjukkan bahwa koefisien bernilai positif. Hal ini berarti apabila kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty* meningkat, maka kepuasan pelanggan juga meningkat.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan di atas, dari kedua variabel yaitu kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty* terhadap kepuasan pelanggan diketahui adanya pengaruh positif dari faktor kualitas

pelayanan dengan nilai masing-masing variabel yaitu X₁ (kualitas pelayanan) $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,916 > 1,675), dan selanjutnya X₂ (kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty*) $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,553 > 1,673). Dalam hal ini, tidak ada pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan atau dapat dikatakan terdapat pengaruh yang cukup baik terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu variabel kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty* juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan hal ini dapat dijadikan pertimbangan untuk perusahaan dalam memasarkan produknya.

3. Dari hasil uji F dalam penelitian ini maka diperoleh Sig F 0,000 < 0,05 dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ (40,430 > 3,18). Hal ini berarti H₀ ditolak dan H₁ diterima: kedua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty* secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.
4. Dari hasil pengolahan dan komputerisasi dengan menggunakan program SPSS versi 20 *for windows*, diperoleh nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,613. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan (Y) dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty* (X) sebesar 0,613 atau 61,3%. Sedangkan sisanya 0,387 atau 38,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

H. KESIMPULAN

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Reasuransi Nasional Indonesia yang artinya jika kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty* terhadap kepuasan pelanggan pada PT Reasuransi Nasional Indonesia yang artinya jika kecepatan konfirmasi akseptasi

treaty meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty* terhadap kepuasan pelanggan pada PT Reasuransi Nasional Indonesia.
4. Besarnya pengaruh kepuasan pelanggan yang dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kecepatan konfirmasi akseptasi *treaty* sebesar 0,613 atau 61,3%. Sedangkan sisanya 0,387 atau 38,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

I. SARAN

1. Untuk karyawan/staff PT Reasuransi Nasional Indonesia khususnya di bagian *treaty* harus lebih memperhatikan dan memberikan kepastian dalam proses akseptasi dan kapasitas penutupan reasuransi *treaty* sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
2. PT Reasuransi Nasional Indonesia perlu meningkatkan kualitas pelayanan dalam penutupan akseptasi *treaty* agar pelanggan yaitu perusahaan asuransi tetap bertahan dalam menjalankan bisnisnya dengan PT Reasuransi Nasional Indonesia.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap pesaing PT Reasuransi Nasional Indonesia maka dari itu perlunya karyawan/staff bagian *treaty* lebih cekatan lagi dalam mengakseptasi penawaran dari pelanggan yaitu Perusahaan Asuransi atau dapat disebut dengan *ceding company*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayat, S. (2000). Pengantar Reasuransi. Jakarta: Akademi Asuransi Trisakti.
- Az. Nasution. (2014). Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, Jakarta: Diadit Media.
- Badrun, B., Mustahiqurrahman, M., Indra, I. M., Fakhrurrazi, F., & Akbar, M. A. (2022). The Influence of Principal's Leadership Style on Teacher Performance. *At-Tarbiyat: Jurnal Pendidikan Islam*, 5(1).

- Dalimunthe, A. S., Ihsan, M., Maolani, R. A., & Haryanto, D. (2022, January). Risk Analysis for Passenger of Online Motorcycle Public Transportation in The City of Jakarta. In 2nd International Conference of Strategic Issues on Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2021) (pp. 34-39). Atlantis Press.
- Erizal, E. (2022). Analysis of service quality and income of BPJS health participants during the Covid-19 pandemic: A case study. *International Journal for Educational and Vocational Studies*, 4(3).
- Fakhrurrazi, F., Zainuddin, Y., & Zulkarnaini, Z. (2021). The pesantren: Politics of islamic and problematic education muslim identity. *International Journal for Educational and Vocational Studies*, 3(6), 392-396.
- Fakhrurrazi, F., Zainuddin, Y., & Zulkarnaini, Z. (2021). The pesantren: Politics of islamic and problematic education muslim identity. *International Journal for Educational and Vocational Studies*, 3(6), 392-396.
- Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra. (2011). *Service, Quality and Satisfaction* (ed 3). Yogyakarta. Andi
- Fandy Tjiptono. (2011). *Pemasaran Jasa*, Banyumedia, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Giese, J.L. and J.A.Cote. (2000). *Defining Customer Satisfaction*, *Academy of Marketing Science Review*.
- Greenberg, P. (2010). *Customer Relationship Management as the Speed of Light: Fourth Edition* McGraw-Hill.
- <http://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/kualitas-pelayanan-dimensi-dan-cara-mengukurnya>
- Irawan, H. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I dan II (ed 13). Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2011). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran*, Erlangga, Jakarta.
- Lie, A. A. (2022). The social capital in business organizations: A case study of PT Asia Motor vehicle insurance claim polysindo crime in Jakarta. *International Journal for Educational and Vocational Studies*, 4(1), 58-63.
- Lusianil, R., Putrawan, M., & Achmad, R. (2019, August). The relationship between organization's structure, leader behavior and personality with citizenship behavior on managing environment. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 314, No. 1, p. 012078). IOP Publishing.
- Maolani, R. A., Dalimunthe, A. S., Haryanto, D., Bifa, R., Azzahra, P., Juwita, C., & Suryamika, P. E. (2021). Perluasan hutan mangrove dalam mitigasi risiko bencana pemanasan global: kegiatan PKM di kawasan pesisir Muara Angke Jakarta. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(6), 1380-1388.
- Mullins, Walker, Jr., Boyd, Jr. (2010). *Marketing Management*. McGraw-Hill.
- Najib, A. (2022). World Health Organization (WHO) and Global World Health Governance in the Post-Pandemic Era from the Perspectives of Neorealism and Neoliberalism (Similarity). *NEUROQUANTOLOGY*, 20(15).
- Novika, F. (2022). *PENDAMPINGAN PENYUSUNAN RENCANA STRATEGIS, IMPLEMENTASI VISI MISI DAN EVALUASI KEGIATAN YANG EFEKTIF EFISIEN MENCAPAI SMK PUSAT KEUNGGULAN (SMK PK)*. *Indonesian Journal of Engagement, Community Services, Empowerment and Development*, 2(1), 149-156.
- Novika, F., & Septivani, N. (2022). Pinjaman Online Ilegal Menjadi Bencana Sosial Bagi Generasi Milenial. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(3), 1174-1192.
- Novika, F., Padli, H., Septivani, C. N., & Kurniawan, J. J. (2022). Learning Assistance And Curriculum Assessments In The Vocational High School Implementer Program Of The Vocational High School Centre Of Excellence (SMK PK). *International Journal of Engagement and Empowerment*, 2(2), 158-167.
- Novika, F., Wahyuari, W., Robidi, R., & Septivani, N. (2022). *RURAL SOCIO ENTREPRENEUR THROUGH VILLAGE-OWNED ENTERPRISES (BUMDes) IN TEGALWARU BOGOR*. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship*, 2(2), 415-421.
- Pramono, A., Neolaka, A., & Achmad, R. (2019). *THE EFFECT OF CORPORATE CULTURE, MANAGERIAL CAPABILITIES, AND DECISION MAKING ON LEADER PERFORMANCE IN MANAGING THE ENVIRONMENT*. *IJER-INDONESIAN JOURNAL OF EDUCATIONAL REVIEW*, 6(2).
- Rinestu, M., & Marsanto, B. (2022). Klasifikasi Keputusan Investasi Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Menggunakan Naive Bayes. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(3), 1784-1796.
- Robidi, R., Wahyuari, W., & Subrata, A. (2022). *BUILDING FOOD SECURITY AT MSMEs IN INDONESIA THROUGH NATIONAL AND REGIONAL FACILITATORS*. *International Journal of Engagement and Empowerment*, 2(1), 52-58.
- Saefudin, A., & Achmad, R. (2019, August). Policy implementation evaluation about quality management and pollution control of water in Regency of Bekasi. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 314, No. 1, p. 012087). IOP Publishing.
- Sidik, S. S. S., & Wahyuari, W. (2023). *Manajemen Risiko Sistem Informasi Ujian Secara Daring Di Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti*. *Jurnal Green*

- Growth dan Manajemen Lingkungan, 12(1), 84-97.
- Sipahutar, Y. H., Rahmayanti, H., Achmad, R., & Sitorus, R. (2022). Increased Effectiveness of Conservation the Coastal Environment through Cleaner Production and Work Motivation of Fish Processors. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 950, No. 1, p. 012050). IOP Publishing.
- Sipahutar, Y. H., Rahmayanti, H., Achmad, R., Ramli, H. K., Suryanto, M. R., & Pratama, R. B. (2019, December). Increase in cleaner production environment in the fish processing industry through work motivation and fisherman women's leadership. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 399, No. 1, p. 012119). IOP Publishing.
- Sipahutar, Y. H., Rahmayanti, H., Achmad, R., Suryanto, M. R., Ramandeka, R. R., Syalim, M. R., ... & Mila, G. (2020). The influence of women's leadership in the fishery and cleaner production of fish processing industry on the effectiveness of coastal preservation program in Tangerang. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 404, No. 1, p. 012061). IOP Publishing.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suhartono, S. (2022). The causality relationship between capital structure and profitability in general insurance industry in Indonesia. International Journal for Educational and Vocational Studies, 4(3).
- Suhendar, B., & Syakir, S. (2022). Analisis Kesalahan Penulisan Abstrak Tugas Akhir (TA) dan Skripsi Mahasiswa STMA Trisakti. Jurnal Bahasa dan Sastra, 10(2), 209-223.
- Suhendar, B., & Syakir, S. (2022). Penggunaan Aplikasi Smartphone Untuk Pengajaran Kosakata Bahasa Inggris Bagi Anak Usia Sekolah Dasar, Klender Jakarta Timur. Community Engagement and Emergence Journal (CEEJ), 3(3), 242-245.
- Suhendar, B., Wahyuari, W., & Gustrian, R. (2022). Culinary risk register: A practical guide to open a culinary business. International Journal for Educational and Vocational Studies, 4(3).
- Syakir, S., & Suhendar, B. (2021). FREKUENSI PENGGUNAAN SMARTPHONE UNTUK TUJUAN BELAJAR BAHASA INGGRIS PADA MAHASISWA STMA TRISAKTI SEMESTER PERTAMA. JURNAL LENTERA PENDIDIKAN PUSAT PENELITIAN LPPM UM METRO, 6(1), 88-102.
- Syakir, S., & Suhendar, B. (2022). Pengaruh Pengajaran Academic Vocabulary Terhadap Skor TOEFL Reading Comprehension Mahasiswa Program Beasiswa FEB USAKTI Semester Dua Tahun Akademik 2017-2018. Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK), 4(6), 7065-7076.
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian. Kitab Undang-Undang Hukum Dagang.
- Wihaji, W., Achmad, R., & Nadiroh, N. (2018, October). Policy evaluation of runoff, erosion and flooding to drainage system in Property Depok City, Indonesia. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 191, No. 1, p. 012115). IOP Publishing.
- Zeithaml, Valerie A and Bitner, M.J. (2003). Service Marketing. Tata McGraw-Hill. Hal 62