

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah PT. Asuransi Sinar Mas

PT. Asuransi Sinar mas didirikan pada tanggal 27 Mei 1985 dengan nama PT. Asuransi kerugian sinar mas Dipta dengan surat No. Kep-2562/MD 1986. Pada tahun 1991, perusahaan berubah nama menjadi PT. Asuransi Sinar Mas (ASM) merupakan salah satu perusahaan salah satu umum terbesar di Indonesia sepanjang perjalanannya, ASM menunjukkan pertumbuhan yang berkesinambungan. Premi bruto total asset Perusahaan secara konsisten meningkat dari tahun ke tahun, termasuk di tahun-tahun dimana terjadi gonjangan ekonomi global.

Sebagai Perusahaan Asuransi Umum terbesar di Indonesia dari sisi Gross Premium Written, ASM telah membuktikan komitmen pelayanan kepada para Nasabahnya melalui pembayaran klaim yang cepat dan tepat untuk berbagai produk yang dipasarkannya. Selain itu perusahaan juga memberikan kemudahan bagi para Nasabah, rekanan dan partner/agen untuk mengakses segala hal yang berhubungan dengan pertanggung jawaban asuransi melalui website, 24 hour Customer Care, Call Center, dan lain-lain.

Untuk melayani kebutuhan masyarakat akan asuransi, ASM mempunyai jaringan pemasaran yang luas di seluruh

Indonesia. Total Jaringan pemasaran Per Desember 2014 adalah 212 terdiri dari 33 kantor cabang, 1 kantor cabang syariah, 71 kantor Pemasaran dan 107 Marketing poin.

Dari sisi produk, ASM memiliki banyak variasi produk untuk melindungi *asset/property*, kesehatan dan diri Nasabah baik Nasabah individu maupun Nasabah perusahaan. Selain produk konvensional yang telah ada seperti Asuransi *Property, Marine/Pengangkutan, Rekayasa/Engineering, Bonding/Penjaminan, Kecelakaan dan Kesehatan, Kendaraan Bermotor, Tanggung Gugat/Liability* dan *Aneka/ Miscellaneous* ASM juga memiliki produk-produk baru seperti asuransi proteksi PHK, Asuransi Sinarmas ukm untuk proteksi kredit ukm, asuransi sepeda – simas sepeda, asuransi simas expatriate, asuransi sinarmas hole in one dan simas golf insurance, simas sehat income dan simas sehat platinum.

Selain inovasi produk, layanan yang memuaskan dengan dukungan inovasi pada teknologi informasi, dukungan reasuransi juga merupakan faktor penting terwujudnya komitmen perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada Nasabah selama ini. Perusahaan didukung oleh Perusahaan Reasuransi ternama International seperti Munich Re, Swiss Re, Hannover Re, Toa Re, dll serta perusahaan Reasuransi Nasional yakni Tugu Re, Marein dan Reindo.

Prestasi ASM sebagai salah satu perusahaan asuransi umum terbesar di Indonesia juga tidak perlu diragukan lagi.

Berbagai penghargaan telah diperoleh ASM diantaranya penghargaan sebagai Asuransi terbaik untuk kategori asuransi umum tahun 2009 dari Majalah Investor, e-company award versi Majalah Warta Ekonomi tahun 2009, Service Quality Award 2010 untuk produk simas Mobil, dan Service Quality Award 2010 untuk produk simas sehat dan pada September 2010, Asuransi Sinar Mas berhasil memperoleh rating AA+ (idn) Insurer Financial Strength (IFS) dengan outlook stable dari lembaga pemeringkat internasional Fitch Ratings.

Di tahun 2011, ASM melalui produk simas mobil berhasil meraih penghargaan Indonesia Brand Champion Award 2011 di dua kategori yaitu The Best Customer Choice of Car Insurance dan The Most Popular Brand of Car Insurance. Pada 14 Juni 2011, ASM meraih The Best Insurance Award versi Majalah Media Asuransi dengan ekuitas di atas Rp 750 miliar. Ditahun 2012, ASM meraih Best General Insurance 2012 Dengan Ekuitas Rp750 Miliar Keatas dari Insurance Awards 2012. Di tahun 2013, ASM meraih The Best “General Insurance“ untuk kategori Non Listed Company - Asset > 200 Milyar dari Indonesia Insurance Award 2013.

Pada tahun 2014, ASM meraih The Best General Insurance Company dari Indonesia Insurance Consumer Choice Award 2014

Pada tanggal 12 November 2014, Fitch Ratings mengafirmasi posisi Asuransi Sinar Mas dengan perolehan rating

rating ‘AA+ (idn)’ National Insurer`1 Financial Strength dengan prospek Positif

Penghargaan-penghargaan yang telah diraih oleh Asuransi Sinar Mas semakin memantapkan posisi perusahaan sebagai market leader di industri asuransi umum di Indonesia serta meningkatkan kepercayaan masyarakat dan industri terhadap Asuransi Sinar Mas¹.

1. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi Perusahaan

“Menjadi perusahaan asuransi profesional dan terpercaya dengan memberikan nilai yang berarti kepada nasabah, perusahaan reasuransi, agen, rekanan, pemegang saham dan karyawan kami².”

b. Misi Perusahaan

- Mengetahui dan memenuhi kebutuhan nasabah
- Hasil underwriting yang menguntungkan
- Mengembangkan bakat, meningkatkan produktivitas dan efisiensi karyawan
- Inovasi produk dan pengembangan teknologi informasi yang berkesinambungan

c. Produk – Produk Asuransi Sinarmas Cabang BSD³

1. Accident and Health
2. Penjaminan

¹ <https://www.sinarmas.co.id/tentang-kami/sejarah-asm>

² <https://www.sinarmas.co.id/tentang-kami/visi-dan-misi>

³ <https://www.sinarmas.co.id/produk>

3. Tanggungan Gugat
4. Fire and Allied perils
5. Pengangkutan
6. Kendaraan Bermotor
7. Produk Syariah
8. Asuransi Mikro

B. Standar Pelayanan PT. Asuransi Sinarmas

1. Standar Kelengkapan *Lobby* Kantor Cabang
 - a. Setiap *Lobby* Kantor Cabang harus terjaga kesejukan, kebersihan dan kenyamanannya.
 - b. Setiap *Lobby* Kantor Cabang tersedia tempat duduk yang tertata rapi dan dapat memuat sekurang-kurangnya 10 (sepuluh) orang nasabah.
 - c. Di setiap pintu masuk Kantor Cabang tersedia sekurang-kurangnya 1 (satu) buah keset/alas kaki.
 - d. Di setiap *Lobby* Kantor Cabang tersedia sekurang-kurangnya 2 (dua) buah tempat sampah yang tersimpan di sudut-sudut ruangan.
 - e. Di setiap *Lobby* Kantor Cabang tersedia sekurang-kurangnya 1 (satu) kotak saran dan keluhan.
 - f. Di setiap *Lobby* Kantor Cabang tersedia brosur mengenai produk Asuransi Sinarmas.
 - g. Di setiap *Lobby* kantor cabang tersedia sekurang-kurangnya 1 (satu) jenis air minum.

- h. Di setiap *Lobby* kantor cabang tersedia sekurang-kurangnya 1 (satu) buah televisive berukuran sekurang-kurangnya 32 inch dengan kualitas gambar yang jernih.
 - i. Di setiap *Desk/meja customer service* tersedia sekurang-kurangnya 2 (dua) *ballpoint* dan beberapa formulir permohonan pertanggungan.
 - j. Di setiap *Desk/meja customer service* tersedia sekurang-kurangnya 1 (satu) toples makanan ringan/permen.
2. Standar Kelengkapan Lahan Parkir
- Setiap kantor cabang menyediakan lahan parker yang dapat memuat sekurang-kurangnya 5 (lima) kendaraan roda empat dan/atau 10 (sepuluh) kendaraan roda dua secara terpisah.
3. Standar Pelayanan Satuan Pengamanan/*Security*
- a. Tersedia sekurang-kurangnya 1 (satu) orang petugas *Security* yang mengatur parker kendaraan nasabah.
 - b. Tersedia sekurang-kurangnya 1 (satu) orang petugas *Security* yang bertugas melakukan pengamanan di dalam *Lobby Kantor Cabang*.
 - c. Setiap *Security* menerapkan Prinsip-prinsip mengenai nasabah.
 - d. Setiap *Security* mendapatkan pelatihan sesuai dengan bidang tugasnya melalui penekanan pada :
 - Pemahaman terhadap tugas dan tanggung jawabnya dalam mengidentifikasi gerak-gerik nasabah yang mencurigakan.

- Pemahaman terhadap langkah-langkah yang diperlukan sebagai tindak lanjut bila terdapat gerak-gerik nasabah yang mencurigakan.
4. Standar Pelayanan *Customer Service*
- a. Tersedia sekurang-kurangnya 2 (dua) orang *Customer Service* yang mampu memberikan penjelasan mengenai produk Asuransi Sinarmas dengan baik.
 - b. Setiap *Customer Service* wajib memberikan menggunakan tanda Pengenal/*ID Card*.
 - c. Setiap *Customer Service* wajib memberikan pelayanan yang ramah kepada setiap nasabah.
 - d. Selama melayani nasabah, *eye-to-eye contact* tetap terjaga.
 - e. Mendengarkan keluhan nasabah atas pelayanan PT. Asuransi Sinarmas dan meminta maaf atas ketidaknyamanan yang ditimbulkan.
 - f. Menunjukkan sikap empati atas keluhan nasabah.
 - g. Memberikan solusi atas permasalahan yang dialami oleh nasabah.
 - h. Setiap *Customer Service* menerapkan prinsip-prinsip mengenal nasabah.

C. Deskripsi Data

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah pada PT. Asuransi Sinarmas Cabang BSD. Jumlah nasabah yang

dipilih sebagai responden sebanyak 46 orang dengan karakteristik berdasarkan jenis kelamin dan lamanya ikut asuransi, adapun karakteristik responden dapat dijabarkan sebagai berikut:

Penyajian data mengenai identitas responden yaitu untuk memberikan gambaran tentang keadaan dari responden, adapun gambaran tentang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin dan umur berikut ini akan dibahas mengenai responden tersebut.

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Table 4.1

Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – laki	25	54,35 %
Perempuan	21	45,65 %
Jumlah	46	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan table 4.1 di atas maka dapat dijelaskan bahwa dari jumlah responden 46, diketahui jenis kelamin terbanyak adalah laki-laki 54,35 % atau 25 orang sedangkan perempuan 45,65 % atau 21 orang.

b. Berdasarkan Usia

Table 4.2
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
25-30	5	10,87%
31-40	15	32,61%
41-50	26	56,52%
Jumlah	46	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan table 4.2 di atas bahwa karakteristik responden berdasarkan usia, responden terbanyak adalah usia 41-50 tahun yaitu 56,52 % dengan jumlah 26 orang, responden terbanyak kedua adalah usia 31-40 tahun yaitu 32,61 % dengan jumlah 15 orang dan urutan responden terendah adalah usia 25-30 tahun yaitu 10,87 % dengan jumlah 5 orang.

2. Hasil Kuesioner

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan kepada kualitas pelayanan(X) dan loyalitas nasabah (Y) PT. Asuransi Sinarmas Cabang BSD (Responden) :

Table 4.3**Hasil Kuesioner**

No	X	Y
1	48	45
2	47	46
3	48	46
4	43	40
5	48	44
6	48	44
7	46	42
8	42	40
9	40	39
10	39	38
11	47	44
12	48	44
13	43	38
14	46	38
15	44	39
16	49	36
17	49	44
18	40	37
19	38	32
20	45	38
21	40	46
22	46	40
23	46	36
24	47	34
25	40	42
26	44	34
27	44	32
28	41	40
29	41	42

30	44	36
31	40	41
32	39	36
33	45	36
34	45	32
35	42	40
36	40	38
37	47	42
38	38	24
39	41	36
40	35	30
41	41	26
42	41	38
43	42	30
44	42	32
45	44	38
46	49	34

D. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang akan dipakai untuk pengujian hipotesis merupakan data yang valid atau tidak, untuk itu data yang sudah didapat harus diuji validitasnya terlebih dahulu. Dalam uji validitas ini, item pernyataan yang dianggap valid adalah r hitung $>$ r table.

a. Instrument Kualitas Pelayanan

Berikut ini hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X) dengan menggunakan Program SPSS 16.0.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)

No	Variabel X	Uji Validitas		Keterangan
		r hitung	r tabel	
1	Item 1	0,488	0,2455	Valid
2	Item 2	0,667	0,2455	Valid
3	Item 3	0,645	0,2455	Valid
4	Item 4	0,767	0,2455	Valid
5	Item 5	0,305	0,2455	Valid
6	Item 6	0,526	0,2455	Valid
7	Item 7	0,618	0,2455	Valid
8	Item 8	0,385	0,2455	Valid
9	Item 9	0,582	0,2455	Valid
10	Item 10	0,514	0,2455	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0

Dari data di atas terdapat 10 item angket, setelah dihitung menggunakan SPSS diketahui semua item angket valid yang artinya semua pernyataan lebih besar dari r table yaitu sebesar 0,2455, maka semua pernyataan dapat digunakan untuk penelitian.

b. Instrument Loyalitas Nasabah

Berikut ini hasil uji validitas variabel pendapatan (Y) Loyalitas dengan menggunakan program SPSS 16.0.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y)

No	Variabel X	Uji Validitas		Keterangan
		r hitung	r tabel	
1	Item 1	0,696	0,2455	Valid
2	Item 2	0,757	0,2455	Valid
3	Item 3	0,611	0,2455	Valid
4	Item 4	0,734	0,2455	Valid
5	Item 5	0,621	0,2455	Valid
6	Item 6	0,705	0,2455	Valid
7	Item 7	0,670	0,2455	Valid
8	Item 8	0,660	0,2455	Valid
9	Item 9	0,722	0,2455	Valid
10	Item 10	0,630	0,2455	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0

Dari data di atas terdapat 10 item angket, setelah dihitung menggunakan SPSS diketahui semua item angket valid dan dapat digunakan untuk penelitian ini.

2. Uji Realibilitas

a. Instrumen Kualitas Pelayanan

Table 4.6

Reliabilitas Instrumen Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	11

Sumber : output Data SPSS 16.0

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada output reliability statistic, didapat nilai *cronbach alpha* sebesar 0,730, karena nilainya sebesar $0,730 > 0,3$ maka data tersebut layak untuk dijadikan penelitian

b. Instrument Loyalitas Nasabah

Tabel 4.7

Reliabilitas Instrumen Loyalitas Nasabah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.766	11

Sumber : Output Data SPSS 16.0

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada output *reliability statistic*, didapat nilai cronbach alpha sebesar 0,766, karena nilainya sebesar $0,766 > 0,3$ maka data tersebut layak untuk dijadikan penelitian.

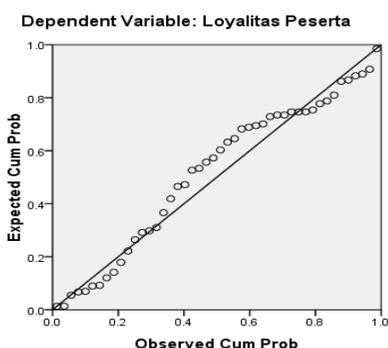
3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Data distribusi normal adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas⁴. Berdasarkan pengujian uji normalitas dengan menggunakan SPSS 16.0 , maka diperoleh hasil *output* sebagai berikut :

Gambar 1.1
Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



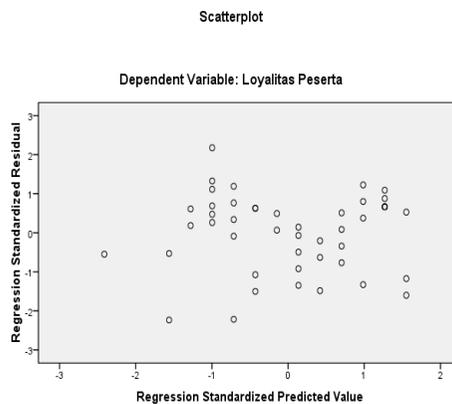
Sumber : Output Data SPSS 16.0

⁴ Sumyati , *Pengaruh Pasar Modern (Indomaret) Terhadap Pendapatan Pedagang Sembako Eceran* (studi Desa Tirtayasa Kecamatan Tirtayasa Kabupaten Serang, 2018), 79.

Berdasarkan grafik Normal P-P Plot tersebut dapat dilihat bahwa sebaran data dalam penelitian ini memiliki penyebaran dan pendistribusian normal, hal itu dikarenakan data yang sesungguhnya memusat mendekati garis diagonal Normal P-P Plot. Jadi dapat disimpulkan data pada penelitian ini memiliki penyebaran dan pendistribusian normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2.1
Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Output Data SPSS 16.0

Dari gambar 4.2 terlihat bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur. Hal tersebut dapat terlihat dari plot yang terpancar serta tidak membentuk suatu pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa dari heteroskedastisitas.

c. Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah menguji apakah dalam satu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya), jika terjadi autokorelasi maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Hasil uji dari regresi tersebut yang diolah melalui SPSS 16.00 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Autokorelasi

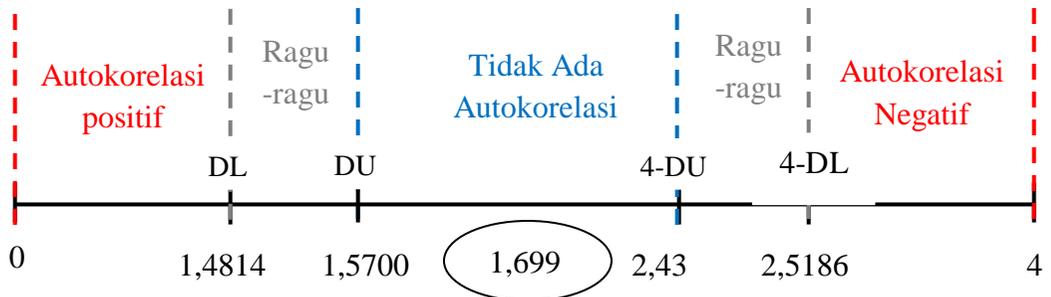
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.437 ^a	.191	.172	4.700	1.699

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Peserta

Berdasarkan hasil pengujian pengujian diatas, maka dapat dilihat bahwa nilai Durbin-Watson adalah sebesar 1,699. Jumlah sampel 46 variabel independen 1 ($k=1$). Nilai DW 1,699 lebih besar dari batas atas (du) 1,5700 dan kurang dari ($4-du$) 2,43 atau $1,5700 < 1,699 < 2,43$. Sehingga bisa dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.



Karena nilai DW (1,699) berada diantara nilai DU dan 4-DU maka tidak terjadi autokorelasi pada regresi ini.

4. Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas Nasabah dengan menggunakan 46 responden.

Hasil dari persamaan regresi ini diperoleh dari SPSS 16.0 dengan table sebagai berikut :

Table 4.9
Uji Analisis Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.235	8.661		1.182	.244
	Kualitas Pelayanan	.638	.198	.437	3.219	.002

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Output Data SPSS 16.0

Berdasarkan table 4.11 diatas dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 10.235 + 0.638 X$$

Dimana : Y = Kualitas Pelayanan

X = Loyalitas Nasabah

Interpretasinya :

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 10.235 menyatakan bahwa ketika kualitas pelayanan (X) sama dengan nol, maka loyalitas Nasabah (Y) di nilai sebesar 10.235.
- b. Koefisien regresi variabel (X) sebesar 0.638 artinya jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka menyebabkan peningkatan loyalitas Nasabah (Y) berpengaruh positif bila variabel lain konstan.

5. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dilakukan untuk mengetahui seberapa kuat lemahnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 4.10
Koefisien Korelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.437 ^a	.191	.172	4.700	1.699

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Output Data SPSS 16.0

Berdasarkan table diatas didapat nilai R sebesar 0,437. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang masih rendah antara variabel (X) dan variabel (Y) karena berada pada interval 0,40 – 0,59 (Sedang).

Tabel 4.11

Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	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

6. Uji Hipotesis

a. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Table 4.12

Uji t

Coefficients^a

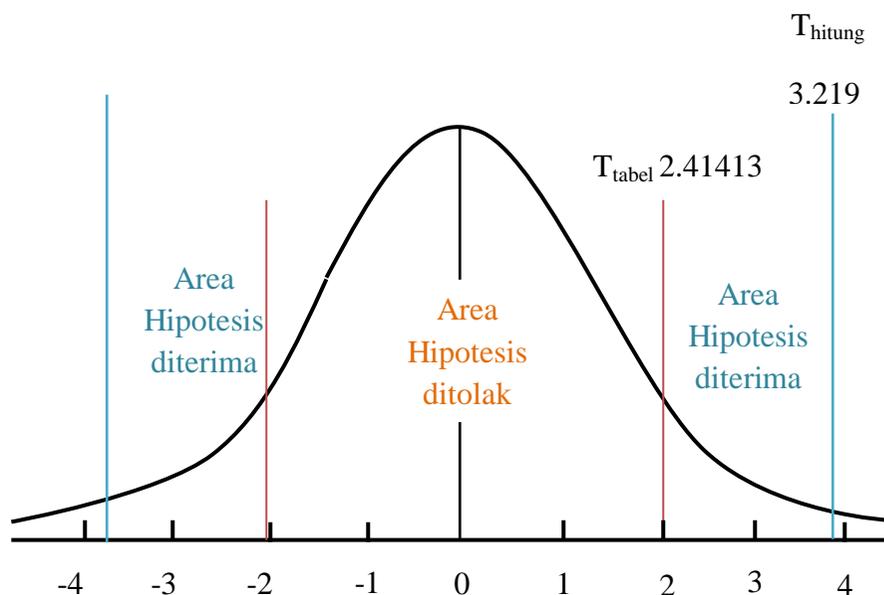
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.235	8.661		1.182	.244
Kualitas Pelayanan	.638	.198	.437	3.219	.002

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Output data SPSS 16.0

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa t_{hitung} sebesar 3.219 dan nilai t_{tabel} dengan menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ $df (n-k-1) = (46-1-1) = 44$ maka besar $t_{tabel} = 2.41413$ jadi $t_{hitung} > (3.219 > 2.41413)$ dan tingkat signifikan 0.002 lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak, yang artinya secara parsial variabel independen yaitu kualitas pelayanan tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas Nasabah.

Kurva Uji t



b. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas

Nasabah yang besarnya dinyatakan dalam persentase. Berikut adalah uji koefisien determinasi.

Tabel 4.13
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.437 ^a	.191	.172	4.700	1.699

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Output Data SPSS 16.0

Pada penelitian ini nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.191. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan dapat menjelaskan terhadap loyalitas Nasabah sebesar 19.1% sedangkan sisanya sebesar $100\% - 19.1\% = 80.9\%$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar kualitas pelayanan.

E. Pembahasan

Berikut ini penyajian hasil pembahasan dari penelitian diatas :

Terdapat pengaruh yang signifikan dari nilai t_{hitung} $3.219 > t_{tabel}$ 2.41413, dan berdasarkan perhitungan angka signifikan, nilai sebesar 0.002 pada kolom sig. Menunjukkan $0.002 < 0.05$ maka H_a diterima. Dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Angka koefisien determinasi yang dilakukan pada uji determinasi diperoleh nilai *r square* sebesar 0.191 yang artinya menunjukkan bahwa *Kualitas Pelayanan* dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap loyalitas Nasabah yaitu sebesar 19.1%. Sedangkan sisanya sebesar 80.9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar kualitas pelayanan.