

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **A. Gambaran Umum PT.Prudential Life Assurance**

##### **1. Profil dan sejarah PT.Prudential Syariah Cabang Cilegon**

Nama : PT.Prudential Syariah Cabang Cilegon

Alamat : Cilegon city square blok A No.8, Jl.Raya  
Cilegon-serangBanten 42431 Telepon : (62  
21) 2995-8888 Fax : (62 21) 2995-8800  
Customer Line : 1500085

E-mail : [Customer.idn@prudential.co.id](mailto:Customer.idn@prudential.co.id)

Tahun berdiri: Berdiri sejak tahun 1995

##### **2. Sejarah Perusahaan**

Berdiri sejak tahun 1995, PT.Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) merupakan bagian dari Prudential plc, London, Inggris. Di Asia, Prudential Indonesia menginduk pada kantor regional Prudential Corporation Asia (PAC), yang berkedudukan di Hongkong yang mengeloladana mencapai £340 miliar (Rp. 4,782 triliun) per

31 Desember 2010. Dengan menggabungkan pengalaman internasional Prudential di bidanh Asuransi Jiwa dengan pengetahuan tata cara bisnis lokal, Prudential Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia<sup>1</sup>

Prudential Indonesia adalah pemimpin pasar dalam penjualan produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi (unit link) pertamanya ditahun 1999. Sebagai pemimpin pasar, Prudential Indonesia selalu berusaha untuk melengkapi kebutuhan nasabahnya, dalam setiap tahap kehidupan, mulai dari usia kerja, pernikahan, kelahiran anak, pendidikan, dan masa pension. Sampai dengan 31 Desember 2010, Prudential memiliki 7 kantor pemasaran, yaitu di Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Denpasar, Medan, dan Batam dan 219 kantor keagenan (termasuk di Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Bali, Batam dan Medan). Prudential Indonesia didukung oleh lebih dari 85.000 jaringan tenaga pemasaran berlisensi yang tersebar di berbagai daerah

---

<sup>1</sup> Aditya Junaiarto, *Compony Profile Prudential Syariah*, (Cilegon: PT. Prudential Syariah Indonesia, 2014 h.1

di Indonesia, dan melayani lebih dari 1.100.000 nasabah. Beberapa penghargaan yang diterima Prudential Indonesia selama masa beroperasinya, termasuk ditahun 2011 sampai dengan bulan Januari:

- 1) Top Brand Award 2011 untuk kategori Asuransi Jiwa untuk kedua kalinya berturut turut dari Majalah Marketing bekerja sama dengan Frontiner Consulting Group.
- 2) Indonesia Most Favorable Brand in Social Media kategori asuransi dari MajalahSWA, SITTI (Sistem Iklan Teknologi Teks Indonesia)
- 3) Digital Marketing Award 2010 untuk situs korporat dalam kategori asuransi jiwa dari Majalah Digital Marketing bekerja sama dengan lembaga riset Survey One dari Marketing Group.
- 4) Indonesia's Most Favorite Netizen Brand 2010 untuk kategori asuransi jiwa dari Marketeers bekerja sana dengan lembaga riset Mark Plus Insight.

- 5) Indonesia Contomer Satisfaction Award (ICSA) 2010 untuk kategori asuransi jiwa dari Majalah SWA bekerja sama dengan lembaga riset Frontier Consulting Group.
- 6) Cabang Asuransi Jiwa Syariah Terbaik 2010 untuk kategori perusahaan asuransi jiwa dengan asset di atas Rp.100 miliar dalam ajang “Investor Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).
  - Dr. H.Anwar Ibrahim (Ketua)
  - H.Ahmad Nuryani ASmawi, Il.b, MA (Aggota).

## **B. Visi dan Misi PT.Prudential**

### **1. Visi PT.Prudential:**

Menjadi perusahaan nomor satu di Asia, dalam hal:

#### a. Dalam Pelayanan Nasabah

Nasabah adalah kunci penting dalam bisnis ini,oleh karena itu pelayanan terhadap nasabah merupakan hal penting bagi Prudential untuk mencapai tujuan yaitu menjadi perusahaan jasa keuangan nomor satu di Asia.

- b. Dalam memberikan hasil terbaik bagi para pemegang saham

Prudential memiliki komitmen yang tinggi untuk memberikan hasil yang memuaskan kepada para pemegang saham sehingga mereka akan terus memberikan dukungan yang lebih baik lagi demi keberhasilan perusahaan dalam perkembangannya.

- c. Dalam Memperkerjakan orang-orang terbaik

Untuk mendukung keberhasilan tujuan dan visi ini, Prudential senantiasa mengembangkan kemampuan sumber daya manusianya, baik para tenaga pemasaran maupun karyawan. Oleh karena itu, Prudential sangat mengutamakan pendidikan pelatihan, dan pengembangan bagi para tenaga pemasaran dan karyawan sehingga tujuan dan misi perusahaan dapat dicapai dengan hasil terbaik.

## **2. Misi PT.Prudential:**

Menjadi perusahaan Jasa Keuangan Riset terbaik Indonesia, melampaui pengharapan para nasabah, tenaga

pemasaran, staf dan pemegang saham dengan memberikan pelayanan terbaik, produk berkualitas staf serta tenaga pemasaran professional yang berkomitmen tinggi serta menghasilkan pendapatan investasi yang menguntungkan.<sup>2</sup>

## **C. Deskripsi Data**

### **1. Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan PT Prudential Cabang Cilegon, Banten. Jumlah Nasabah yang di pilih sebagai responden sebanyak 40 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.

---

<sup>2</sup> <https://www.prudential.co.id/id/our-company/about-prudential-indonesia/> diakses pada 20 mei 2021, pukul 13.00 WIB.

**a).Berdasarkan Jenis Kelamin**

**Tabel 4.1**  
**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
Laki-laki	23	57,5 %
Perempuan	17	42,5 %
Jumlah	40	100 %

**Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer**

Berdasarkan tabel 4.1 di atas maka dapat dijelaskan bahwa dari jumlah responden 40, diketahui jenis kelamin terbanyak adalah laki-laki 57,5 % atau 23 orang sedangkan perempuan 42,5 % atau 17 orang.

**b).Berdasarkan Usia**

**Tabel 4.2**  
**Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
22 – 30	29	72,5%
31 – 40	11	27,5%
Jumlah	40	100%

**Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer**

## 2. 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 Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan

Berikut ini hasil uji validitas variabel Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan (X) dengan menggunakan Program SPSS 21.0.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas Persepsi**  
**Tentang Kualitas Pelayanan (X)**

No	Variabel X	Uji Validitas		Keterangan
		r hitung	R Table	
1	Item 1	0,672	0,3044	Valid
2	Item 2	0,713	0,3044	Valid
3	Item 3	0,368	0,3044	Valid
4	Item 4	0,802	0,3044	Valid



5	Item 5	0,580	0,3044	Valid
6	Item 6	0,457	0,3044	Valid
7	Item 7	0,611	0,3044	Valid
8	Item 8	0,565	0,3044	Valid
9	Item 9	0,315	0,3044	Valid
10	Item 10	0,841	0,3044	Valid

**Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 21.0**

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 0,3044, maka semua pernyataan dapat digunakan untuk penelitian.

#### **b). Instrument Menunjang Pemasaran Asuransi Jiwa Syariah**

Berikut ini hasil uji validitas variabel (Y) Menunjang Pemasaran Asuransi Jiwa Syariah menggunakan program SPSS 21.0.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas Menunjang Pemasaran Asuransi Jiwa**  
**Syariah(Y)**

No	Variabel Y	Uji Validitas		Keterangan
		r hitung	r table	
1	Item 1	0,498	0,3044	Valid
2	Item 2	0,439	0,3044	Valid
3	Item 3	0,620	0,3044	Valid
4	Item 4	0,486	0,3044	Valid
5	Item 5	0,809	0,3044	Valid
6	Item 6	0,800	0,3044	Valid
7	Item 7	0,768	0,3044	Valid
8	Item 8	0,754	0,3044	Valid
9	Item 9	0,782	0,3044	Valid
10	Item 10	0,442	0,3044	Valid

**Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 21.0**

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 Persepsi Tentang Kualistas Pelayanan

Table 4.5

#### Reliabilitas Instrumen Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	No of Items
.799	10

Sumber : output Data SPSS 21.0

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada output *reability statistic*, didapat nilai *cronbach alpha* sebesar 0,799, karena nilainya sebesar  $0,799 > 0,3$  maka data tersebut layak untuk dijadikan penelitian

### b). Instrumen Menunjang Pemasaran Asuransi Jiwa Syariah

Tabel 4.6

#### Reliabilitas Instrumen Minat Berasuransi

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	No of Items
.896	10

Sumber : Output Data SPSS 21.0

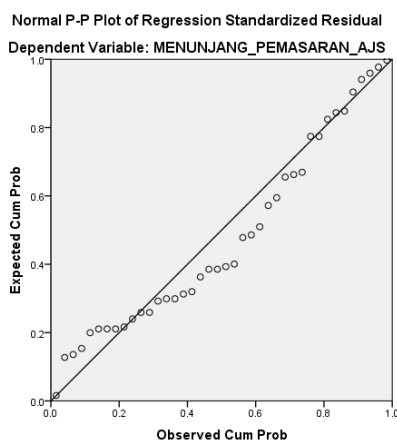
Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada output *reliability statistic*, didapat nilai cronbach alpha sebesar 0,896, karena nilainya sebesar  $0,896 > 0,3$  maka data tersebut layak untuk dijadikan penelitian.

### 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 normalitas. Berdasarkan pengujian uji normalitas dengan menggunakan SPSS 21.0 , maka diperoleh hasil *output* sebagai berikut :

**Gambar 4.7 Uji Normalitas**

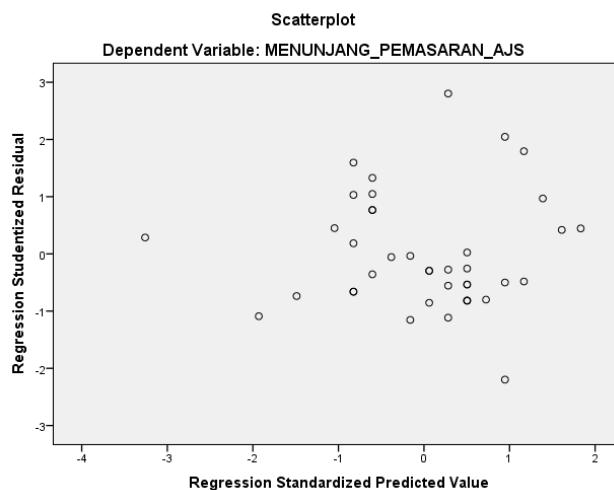


**Sumber : Output Data SPSS 21.0**

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 4.8**  
**Uji Heteroskedastisitas**



**Sumber : Output Data SPSS 21.0**

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.

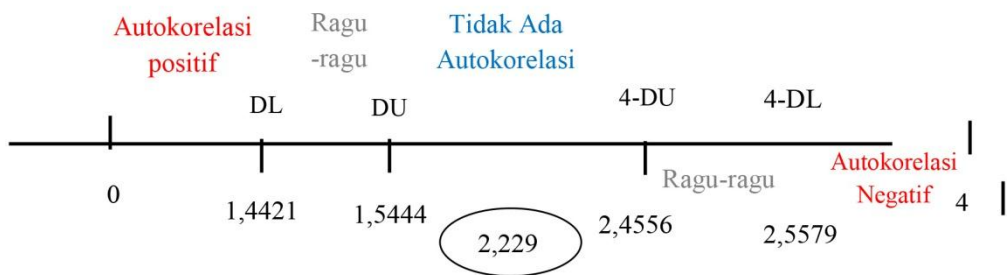
### c). Uji Autokorelasi

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 21.0 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.761 <sup>a</sup>	.579	.568	3.62255	2.229

Berdasarkan hasil pengujian pengujian diatas, maka dapat dilihat bahwa nilai Durbin-Watson adalah sebesar 2,229. Jumlah sampel 40 variabel independen 1 ( $k=1$ ). Nilai DW 2,229 lebih besar dari batas atas (du) 1,5444 dan kurang dari (4-du) 2,4556 atau  $1,5444 < 2,229 < 2,4556$ . Sehingga bisa dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.



Karena nilai DW (2,229) berada diantara nilai DU dan 4-DU maka tidak terjadi autokorelasi pada regresi ini.

### 3. Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Menunjang Pemasaran Asuransi Jiwa Syariah dengan menggunakan 40 responden.

Hasil dari persamaan regresi ini diperoleh dari SPSS 21.0 dengan table sebagai berikut :

**Table 4.10**  
**Uji Analisis Regresi Linear Sederhana**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.857	5.005		.571	.572
KUALITAS_PELAYANAN	.928	.128	.761	7.229	.000

**Sumber : Output Data SPSS 21.0**

Berdasarkan table 4.9 diatas dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2.857 + 0.928 X$$

Dimana : Y = Kualitas Pelayanan

X=Menunjang Pemasaran Asuransi Jiwa

Syariah

Interpretasinya :

- a). Nilai konstanta (a) sebesar 2.857 menyatakan bahwa ketika Persepsi tentang Kualitas Pelayanan (X) sama dengan nol, maka untuk Menunjang Pemasaran Asuransi Jiwa Syariah (Y) di nilai sebesar 2.857.



b). Koefisien regresi variabel (X) sebesar 0.928 artinya jika Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka menyebabkan peningkatan terhadap Menunjang Pemasaran Asuransi Jiwa Syariah (Y) berpengaruh positif bila variabel lain konstan.

#### 4. Analisis Koefisien Korelasi

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

**Tabel 4.11**  
**Koefisien Korelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	.761 <sup>a</sup>	.579	.568		3.62255	2.229

**Sumber : Output Data SPSS 21.0**

Berdasarkan table diatas didapat nilai R sebesar 0,761.

Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara

variabel (X) dan variabel (Y) karena berada pada interval 0,60 – 0,799 (Kuat).

**Tabel 4.12**  
**Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
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

## 5. Uji Hipotesis

### a). Pengujian Secara Parsial (Uji t)

**Table 4.13**

#### Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.857	5.005		.571	.572
MENUNJANG_PEMASARAN	.928	.128	.761	7.229	.000

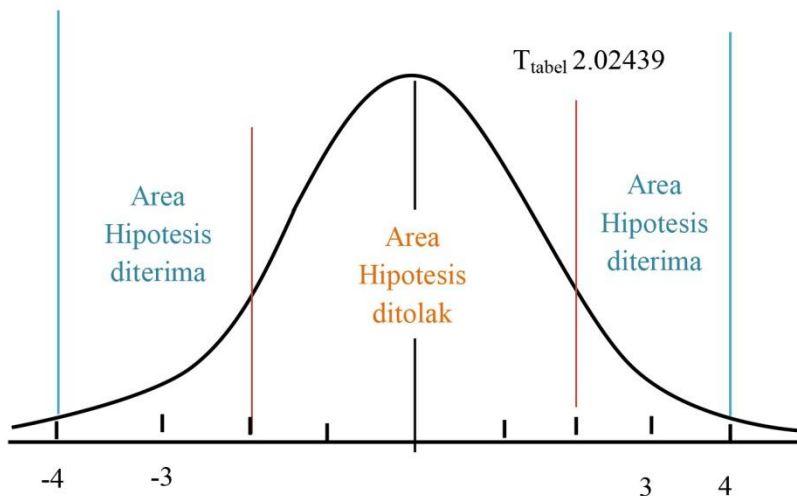
Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa  $t_{hitung} X$  sebesar 7.229, dan nilai  $t_{tabel}$  dengan menggunakan tingkat

signifikan  $\alpha = 5\%$   $df (n-k-1) = (40-1-1) = 38$  maka besar  $t_{tabel}$   
 $= 2.02439$  jadi  $t_{hitung} X > (7.229 > 2.02439)$  dan tingkat  
 signifikan  $X$  0.000 lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian  $H_a$   
 diterima dan  $H_0$  ditolak, yang artinya secara parsial variabel  
 independen yaitu kualitas pelayanantersebut berpengaruh  
 signifikan terhadap variabel dependen yaitu Menunjang  
 Pemsaran Asuransi Jiwa Syariah.

### Kurva Uji t

$T_{hitung}$

$X = 7.229$



### a. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya variabel Kualitas pelayanan terhadap variabel Menunjang Pemsaran Asuransi Jiwa Syariah yang besarnya dinyatakan dalam persentase. Berikut adalah uji koefisien determinasi.

**Tabel 4.14**  
**Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	RSquare	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.761 <sup>a</sup>	.579	.568	3.62255	2.229

Pada penelitian ini nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.579. Hal ini berarti variabel Kualitas Pelayanan dapat menjelaskan terhadap Menunjang Pemsaran Asuransi Jiwa Syariah sebesar 57,9% sedangkan sisanya sebesar  $100\% - 57,9\% = 42,1\%$  dipengaruhi oleh variabel lain diluar Kualitas Pelayanan.

#### **D. Pembahasan dan Hasil**

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya.<sup>3</sup>

Asuransi Jiwa syariah menurut dalam UU No.40 Tahun 2014, dirumuskan definisi usaha asuransi jiwa syariah, yaitu: “Usaha Asuransi Jiwa Syariah adalah usaha pengelolaan risiko berdasarkan prinsip Syariah guna saling menolong dan melindungi dengan memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggal atau hidupnya peserta, atau pembayaran lain kepada peserta atau pihak lain yang berhak pada waktu tertentu

---

<sup>3</sup> Indra Wahyu Dianto, “Analisis Kepuasan Konsumen & Shake Jl.Cendrawasih No.30 Yogyakarta”,(skripsi:Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta,2013) h.2

yang diatur dalam perjanjian, yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan data.<sup>4</sup>

Semua dengan berjalannya waktu, semua perusahaan selalu ingin agar usahanya berlangsung, berkembang, dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Begitu juga dengan asuransi, untuk mengetahui seberapa baik kinerja asuransi dapat dilihat dari berapa banyak nasabah yang diperoleh. Memperoleh banyak nasabah merupakan tujuan dari setiap asuransi. Oleh karena itu dalam penelitian ini dibahas tentang Pengaruh kualitas pelayanan untuk menunjang pemasaran asuransi jiwa syariah.

- a. Berdasarkan hasil pengolahan data primer tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan untuk menunjang pemasaran asuransi jiwa syariah PT.Prudential Cabang Cilegon, yang berjumlah 40 responden diantaranya laki-laki sebanyak 23 orang atau 57,5%, dan perempuan sebanyak 17 orang atau 42,5%. Responden berdasarkan usia 22 s/d 30 berjumlah 29 orang atau 72,5%, dan usia 31 s/d 40 berjumlah 11 orang atau 27,5%.

---

<sup>4</sup> Pasal 1 Ayat (9) UU No.40 Tahun 2014 Tentang Usaha Perasuransian

Berdasarkan hasil uji validitas persepsi tentang kualitas pelayanan (X) hasil pengolahan data SPSS terdapat 10 item angket, setelah di hitung menggunakan SPSS diketahui semua item angket valid yang artinya semua pertanyaan lebih besar dari r table yaitu sebesar 0,3044, maka semua pernyataan dapat digunakan.

Berdasarkan hasil uji validitas variable (Y) instrument untuk menunjang pemasaran asuransi jiwa syariah hasil pengolahan data SPSS terdapat 10 item angket, diketahui semua item valid.

- Hasil Uji Reliabilitas dapat dilihat pada *output reability statistic* di dapat nilai *cronbach alpha* sebesar 0,799, karena nilainya sebesar  $0,799 > 0,3$  maka data tersebut layak digunakan.
- Hasil Uji Normalitas menggunakan SPSS, berdasarkan grafik Normal P-P Plot 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.

- Hasil Uji Autokorelasi berdasarkan hasil pengujian dapat dilihat bahwa Durbin-Watson sebesar 2,229. Dengan jumlah sampel 40 variabel independen 1 ( $k=1$ ). Nilai DW 2,229 lebih besar dari atas ( $du$ )  $1,5444 < 2,229 < 2,4556$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi. Karena nilai DW (2,229) berada diantara nilai 4-DU maka tidak terjadi autokorelasi pada regresi ini.
- Hasil Uji Regresi Linear Sederhana  $Y = 2.857 + 0,928 (X)$   
Y= Kualitas Pelayanan X=Menunjang Pemasaran Asuransi jiwa syariah. Dimana Nilai konstanta ( $a$ ) sebesar 2.857 menyatakan bahwa ketika persepsi tentang Kualitas Pelayanan (X) sama dengan nol, maka untuk Menunjang Pemasaran Asuransi Jiwa Syariah (Y) senilai sebesar 2.857.

Dan Koefisien regresi variabel (X) sebesar satu satuan, maka menyebabkan peningkatan terhadap Menunjang



Pemasaran Asuransi Jiwa Syariah (Y) berpengaruh positif bila variabel lain konstan.

- Hasil Uji Koefisien Korelasi, dilakukan untuk mengetahui seberapa kuat lemahnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berdasarkan hasil SPSS nilai R sebesar 0,761. Menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara variabel (X) dan variabel (Y) karena berada pada interval 0,60 – 0,799 (kuat).
- Hasil Uji Hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  X sebesar 7.229, dan nilai  $t_{tabel}$  dengan menggunakan tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$   $df (n-k-1) = (40-1-1) = 38$  maka besar  $t_{tabel} = 2.02439$  jadi  $t_{hitung} X > (7.229 > 2.02439)$  dan tingkat signifikan X 0.000 lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, yang artinya secara parsial variabel independen yaitu Kualitas pelayanantersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Menunjang Pemasaran Asuransi Jiwa Syariah.

- Hasil Uji Koefisien Determinasi yang dilakukan pada uji determinasi diperoleh nilai *rsquare* sebesar 0.57,9 yang artinya menunjukkan bahwa *Kualitas Pelayanan* dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap Menunjang Pemasaran Asuransi Jiwa Syariah yaitu sebesar 57,9%. Sedangkan sisanya sebesar 42,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar minat berasuransi.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dan sesuai dengan rumusan masalah yang berbunyi “Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT.Prudential jiwa syariah cabang cilegon ini?”Maka sesuai perhitungan diatas bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, sehingga dapat terjawab bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah untuk menunjang pemasaran asuransi jiwa syariah.

Penelitian ini selaras dengan penelitian oleh Ade Irma Suryanim (2018) dalam skripsi yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT.Asuransi Takaful Umum Cabang Pekan

Baru. Dengan hasil penelitian menyatakan bahwa secara persial tangible, responsivenss, assurance, dan empathy mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah pada PT.Asuransi Takaful Umum Cabang Pekanbaru.

Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan t 0.000 untuk variabel tangible, variabel reliability tidak memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan nasabah, signifikan t 0,011 untuk variabel responseveness, signifikan t 0,024 untuk variabel assurance dan signifikan t 0,001 untuk variabel empathy, sedangkan secara simultan tangible, responsivenss, reability, assurance dan empathy mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah pada PT.Asuransi Takaful Umum Cabang Pekanbaru. Nilai (R<sup>2</sup>) sebesar 0,652 yang artinya 65,2% empathy, reliability, assurance, responsiviness dan tangible mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah pada PT.Asuransi Takaful Cabang Pekanbaru, sedangkan sisanya (100 – 65,2% = 35%) dipengaruhi sebab-sebab lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Penelitian ini juga didukung oleh Siti Muddawamah dengan judul skripsi “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah asuransi jiwa bumi putra syariah cabang ciputat” Dengan hasil penelitian pada uji t (persial),menunjukkan bahwa variabel-variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah adalah variabel berwujud dan koresponsifan dengan nilai signifikan masing-masing 0.008 dan 0.044. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan sesuai dengan harapan nasabah. Variabel X mempunyai hubungan yang positif terhadap variabel Y. Dan besarnya pengaruh kualitas terhadap tingkat kepuasan nasabah Bumi putra syariah cabang ciputat yaitu sebesar 0,494 (49,4%), sedangkan sisanya 50,6% (100% - 49,4%). Dan berdasarkan analisis koefisien korelasi maka dapat disimpulkan bahwasannya antara variabel kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan secara umum sebesar 0,726 menunjukkan bahwa variabel X berhubungan dengan kategori tinggi.

Penelitian ini didukung oleh Karmi (2020) yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT.Asuransi jiwa syariah Bumiputra kantor pelayanan pemasaran Asuransi syariah pekanbaru”. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan dua metode yaitu *Total sampling* dan *Accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan angket, dan menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji normalitas dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT.Asuransi Jiwa syariah bumiputra pekanbaru. Hal ini dikarenakan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $8,837 > 1,992$  yang berarti  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, hasil uji regresi linear sederhana  $Y = 16,203 + 0,845X$  artinya apabila variabel kualitas pelayanan ditingkatkan satu satuan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0,845, dan (+) yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan hasil koefisien determinasi sebesar 0,507 yang artinya kualitas pelayanan memberikan

pengaruh sebesar 50,7% terhadap kepuasan nasabah dan sisanya 49,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Penelitian ini sesuai dengan teori menurut Kotler dan Keller Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dengan membandingkan kinerja atau hasil produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Dan jika kenyataan melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas dan senang. dan teori Schiffman dan Kanuk merupakan salah satu aspek psikologis yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap sikap perilaku. Penilaian konsumen terhadap produk tergantung pada pengetahuan akan informasi tentang fungsi yang sebenarnya dari produk tersebut.<sup>5</sup>Jadi semakin banyak nasabah yang merasa puas terhadap kualitas pelayanannya maka akan semakin banyak nasabah yang berminat menggunakan asuransi syariah.

---

<sup>5</sup> Suharyat, Hubungan antara sikap minat dan perilaku manusia.Vol.2 hlm.51