

ABSTRAK

SRI RAHAYU. Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan PT. Asuransi AIG-LIPPO Life, Kantor Pusat Lippo Karawaci, di bawah bimbingan Dr. Ir. John E.H.J. FoEh, MSc.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui alasan para nasabah membeli polis asuransi jiwa pada AIG-LIPPO, persepsi nasabah tentang pelayanan PT. Asuransi AIG LIPPO Life, Kantor Pusat Lippo Karawaci, pengaruh pelayanan yang diberikan AIG LIPPO terhadap kepuasan para nasabahnya serta faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah tentang pelayanan AIG-LIPPO.

Metoda yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda survey melalui wawancara dan pengumpulan data sekunder yang ada di perusahaan. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan analisis regresi linier sederhana serta analisis Chi Kuadrat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tujuan utama nasabah membeli polis asuransi jiwa adalah untuk proteksi keluarga (45 %), tabungan pendidikan (25 %) dan tabungan hari tua (8 %). Selanjutnya, dari identitas responden yang dominan adalah berusia di bawah 40 tahun, berjenis kelamin laki-laki (63 %), mayoritas berpendidikan di atas SLTA atau diploma ke atas (86 %). Dari segi pekerjaan / profesi didominasi oleh sektor wirausaha/pengusaha dan profesional (59 %). Dari

segi pelayanan AIG-LIPPO, umumnya responden menyatakan kepuasannya. 58 % merasa puas, bahkan 3 % merasa sangat puas. Selanjutnya 38 % merasa cukup puas dan hanya 1 % yang menyatakan tidak puas atas pelayanan yang diberikan AIG-LIPPO. Perbandingan antara harapan nasabah dan kinerja pelayanan AIG-LIPPO juga cukup baik yaitu mencapai 68,7 %, dimana nilai kinerja adalah sebesar 3,39 sedangkan harapan nasabah mencapai nilai 4,93 atau semua faktor dalam dimensi-dimensi yang diukur dianggap sangat penting oleh nasabah. Terdapat pengaruh yang sangat signifikan dari pelayanan yang diberikan oleh AIG-LIPPO terhadap tingkat kepuasan nasabah yang dapat dilihat dari persamaan regresi sebagai berikut ; $\hat{Y} = 5,233 + 0,799 X$, yang berarti bahwa setiap kenaikan pelayanan sebesar 1 skala maka tingkat kepuasan akan meningkat sebesar 0,799 skala. Hasil analisis Khai Kuadrat menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang berarti antara faktor-faktor usia, jenis kelamin, jenjang pendidikan formal nasabah serta profesinya dengan tingkat persepsi nasabah tentang pelayanan AIG LIPPO.

ABSTRACT

SRI RAHAYU. Analyse Client Satisfaction to Services AIG-LIPPO Life Insurance Company, Head Office Lippo Karawaci, under tuition Dr. Ir. John E.H.J. FoEh, MSc.

Target of research is to know the reason of client buy insurance policy at AIG-LIPPO, client perception about services AIG-LIPPO Life Insurance company Head Office Lippo Karawaci, given service influence AIG-LIPPO to satisfaction client and also factors influencing client perception about AIG-LIPPO service.

Method which used in this research is survey method through secondary data collecting and interview exist in company. Data analysis use quantitative descriptive analysis and linear regresion analysis and also analyse Khai Square.

Result of research show that especial target client buy insurance policy is to family protection (45%), education saving (25%) and old day saving (8%). Hereinafter, from dominant responder identity have age to under 40 year have, male gander (63%), majority have education above high school or university (86%). From work area predominated by business sector or profesional and entrepreneur (59%). From AIG-LIPPO service, generally responder express its satisfaction. (58%) feel satisfied, even (3%) feeling very satisfied. Hereinafter

(38%) feeling enough satisfy and only (1%) expressing to dissatisfy to the given service AIG-LIPPO. Comparison between client expectation and good enough AIG-LIPPO service performance also that is reaching (68,7%), where performance value is equal to 3,39 while client expectation value is 4,93 or all factor in measured to be dimension to be assumed of vital importance by client. There are very influence of significant from service given by AIG-LIPPO to level satisfaction client able to be seen from equation of the following regresion; $\hat{Y} = 5,233 + 0,799 X$, meaning that every increase of service equal to 1 scale hence satisfaction level will mount equal to 0,799 scale. Result of Khai Square analysis indicate that there are relation meaning between age factor, gender, formal education of client and also its profession with client perception level about AIG-LIPPO service.

