

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH SERTA KEPERCAYAAN MEREK
PADA PERUSAHAAN ASURANSI JIWA**

NINA TARJA HALONEN

8236169023



Tesis ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk

Memperoleh Gelar Magister Manajemen

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

Lembar Pengesahan Jalur Publikasi

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

**PenanggungJawab
Dekan Fakultas Ekonomi**



**Dr. Ari Saptono SE,M.Si
NIP:197207152001121001**

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Agung Wahyu Handaru ST.,MM NIP. 19781127006041001 (Koordinator Prodi)		24 Agustus 2020
2	Dr. Mohammad Rizan, S.E, M.M NIP. 197206272006041001 (Pembimbing 1)		24 Agustus 2020
3	Usep Suhud, M.Si, Ph.D NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 2)	
4	Dr. Agung Wahyu Handaru ST.,MM NIP. 19781127006041001 (Reviewer Publikasi)		24 Agustus 2020

Nama : Nina Tarja Halonen
No. Registrasi : 8236169023
Program Studi : Magister Manajemen (MM)
Tanggal Lulus : 25 Agustus 2020

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini :

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Nasabah serta Kepercayaan Merek pada Perusahaan Asuransi Jiwa.
Bentuk Penelitian : Kuantitatif
Nama : Nina Tarja Halonen
NIM : 8236169023
Program Studi : Magister Manajemen

1. Tesis ini merupakan karya asli saya sendiri dengan bimbingan Bapak Dr. Mohammad Rizan, S.E., M.M dan Bapak Usep Suhud, M.Si, Ph.D, selaku Dosen Pembimbing yang ditetapkan melalui Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Universitas Negeri Jakarta dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Magister, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Tesis ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 09 September 2020

Yang membuat pernyataan



Nina Tarja Halonen

NIM. 8236169023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap kepercayaan merek dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada perusahaan asuransi jiwa. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah asuransi jiwa pada PT. Prudential. Teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu nasabah yang memiliki polis asuransi jiwa aktif dengan total respon yang valid sejumlah 220 responden. Metode penelitian ini dilakukan secara kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang menggunakan 5 poin skala *Likert*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan Amos versi 24. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif dari kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan nasabah, terdapat pengaruh signifikan positif terhadap kepercayaan merek, dan terdapat pengaruh signifikan positif terhadap kepercayaan merek yang dimediasi oleh kepuasan nasabah.

Kata Kunci : Kualitas layanan, nilai pelanggan, kepuasan nasabah, kepercayaan merek, asuransi jiwa

ABSTRACT

This study aims to determine the extent of the influence of service quality and customer value on brand trust with customer satisfaction as an Intervening variable in life insurance companies. The sample in this research is a life insurance customer at PT. Prudential. The sample technique used was purposive sampling, which is a customer who has an active life insurance policy with a valid total response of 220 respondents. This research uses quantitative methods. Data collection was carried out by distributing questionnaires using a 5-point Likert scale. Data analysis method used in this study is Structural Equation Modeling (SEM) using Amos version 24. The results of this study indicate that there is a significant positive effect of service quality and customer value on customer satisfaction, there is a significant positive effect on brand trust, and there is a significant positive effect on brand trust mediated by customer satisfaction.

Keywords: Service quality, customer value, customer satisfaction, brand trust, life insurance

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia – Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Kepercayaan Merek Pada Perusahaan Asuransi Jiwa”. Penulisan proposal tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Magister Management, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa banyak sekali bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak yang diberikan kepada saya, dari masa perkuliahan sampai pada selesainya tesis ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Agung Wahyu Handaru, S.T., M.M. selaku ketua Program Studi Magister Management, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Mohammad Rizan, SE. MM selaku dosen pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran serta bimbingan selama menyusun proposal tesis ini.
4. Dr. Usep Suhud Ph.D. selaku dosen pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran serta bimbingan selama menyusun proposal tesis ini.
5. PT Prudential Life Assurance kantor cabang Pru Infiniteam Agency

6. Ibu tercinta Lilis Suryani dan ayah tercinta Aris Achdiat serta adik – adik penulis yang telah memberikan dukungan dan do'a yang luar biasa.
7. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmu selama menempuh Pendidikan di Program Studi Magister Management, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
8. Seluruh staf Magister Management, pak Yusuf, pak Tomo dan bu Atik, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu, melayani dan menginformasikan kegiatan selama proses perkuliahan dan tesis.
9. Serta pihak – pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya dengan menyadari segala keterbatasan yang penulis miliki. Maka segala kritik dan saran akan selalu penulis terima dengan senang hati untuk menyempurnakan tesis ini. Semoga karya ini dapat menjadi sumbangan bagi institusi secara teoritis maupun praktis.

Jakarta, September 2020



Nina Tarja Halonen