

ABSTRAK

Saat ini jumlah pelanggan asuransi menurun, hal ini disebabkan karena masih terlihatnya kesenjangan antara harapan pelanggan dengan kualitas pelayanan yang dirasakan. Kesenjangan ini dapat terjadi karena pelayanan yang diberikan tidak memenuhi harapan pelanggan atau pesaing yang dapat memberikan kepuasan yang lebih tinggi. Selain itu, persaingan yang ketat antara tiap asuransi menyebabkan banyak pelanggan yang berpindah atau tertarik pada perusahaan asuransi lain. Berdasarkan pada kenyataan yang ada, sebagai akibat dari tuntutan pelanggan yang semakin besar sehingga diperlukan suatu penelitian kepuasan pelanggannya secara berkala.

Tujuan dari Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Jasa Asuransi yaitu untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja pelayanan pada PT. ASM dilihat dari lima dimensi kualitas jasa (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy). Penelitian ini juga bertujuan untuk mendapatkan bahan bagi penyusunan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan pelayanan kepada para pelanggan asuransi, khususnya yang menyangkut persepsi masyarakat terhadap citra PT. ASM serta mutu pelayanannya, target pasar, dan kunci sukses dalam memasarkan produk asuransi. Dengan menggunakan metode Servqual diharapkan dapat membantu perusahaan dalam melakukan standarisasi mengenai kepuasan pelanggan terhadap jasa asuransi klaim kendaraan mobil.

Kesimpulan yang didapat berdasarkan analisis service quality adalah gap skor antara kebutuhan pelanggan dengan kinerja atau performa perusahaan. Kemudian atribut penilaian kepuasan pelanggan tersebut dipetakan dalam diagram Cartesius, sehingga didapat klasifikasi atribut yang menjadi prioritas perbaikan kinerja perusahaan. Berdasarkan analisa Servqual, 43.38% pelanggan PT. ASM merasakan cukup puas dengan pelayanan yang diberikan dan 20.51 % pelanggan menilai kinerja PT. ASM sangat memuaskan. Berdasarkan Matriks Performance dan Kepentingan, atribut fasilitas umum yang disediakan perusahaan, kelengkapan dokumen klaim, ketepatan waktu dalam melakukan survey berada di kuadran I. Hal ini berarti kinerja perusahaan dirasakan pelanggan sangat rendah sedangkan kepentingan pelanggan sangat tinggi. Dari hasil matrix tersebut dapat ditentukan atribut-atribut yang dijadikan prioritas perbaikan untuk meningkatkan pelayanan PT. ASM.

Kata kunci : Dimensi Servqual, Kualitas Pelayanan, Gap Skor, Diagram Cartesius

ABSTRACT

Currently the number of customers decreased insurance, it is because invisibility is still a gap between customers' expectations with perceived service quality. This gap can occur because of the services provided do not meet the expectations of customers or competitors that can provide higher satisfaction. In addition, intense competition among insurers by causing many customers who move or are interested in other insurance companies. Based on the fact that there are, as a result of growing customer demands requiring a periodic customer satisfaction research.

The purpose of the Analysis of Customer Satisfaction to Insurance Services is to determine the level of customer satisfaction with service performance at PT. ASM views on the five dimensions of service quality (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy). This study also aims to obtain material for the preparation of appropriate marketing strategies to improve customer service to insurance, especially regarding the public's perception of the image of PT. ASM as well as quality of service, target market, and the key to success in marketing insurance products. By using SERVQUAL method is expected to help the company standardize on customer satisfaction with auto insurance claims vehicle.

The conclusion is based on analysis of service quality is the gap between the needs of the customer with the score or performance of the company's performance. Then the customer satisfaction assessment attributes mapped in Cartesian diagram, in order to get the priority attribute classification performance improvement company. Based on the analysis Servqual, 43.38% of customers PT. ASM feel quite satisfied with the services provided and 20.51% customers assess the performance of PT. ASM is very satisfying. Based on the Matrix Performance and interests, attributes public facilities provided by the company, the documents claim, timeliness in conducting the survey was in quadrant I. This means that customers perceived the company's performance is very low while the interests of customers is very high. From the results of the matrix can be determined the attributes that should be prioritized improvements to improve service PT. ASM.

Keywords: SERVQUAL Dimensions, Quality Service, Gap Score, Cartesian Diagram