



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PROSES
GANTI RUGI KLAIM KENDARAAN BERMOTOR DI
PT ASURANSI JASINDO SYARIAH**

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Fachri Reza Bey

55115110200

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2017

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap
Kepuasan Konsumen Dalam Proses Ganti Rugi Klaim
Kendaraan Bermotor di PT Asuransi Jasindo Syariah

Bentuk Tesis : Penelitian Masalah Perusahaan

Nama : Fachri Reza Bey

NIM : 55115110200

Program : Magister Manajemen

Tanggal :

Mengesahkan

Pembimbing



U N I T A S
Dr. Mudji Sabar, MBA., S

MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi

Magister Manajemen



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Aty Herawati, M.Si.,)

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Proses Ganti Rugi Klaim Kendaraan Bermotor di PT Asuransi Jasindo Syariah

Nama : Fachri Reza Bey

NIM : 55115110200

Program : Magister Manajemen

Tanggal :

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, November 2017



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat serta karunia yang telah diberikan-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul : *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Proses Ganti Rugi Klaim Kendaraan Bermotor di PT Asuransi Jasindo Syariah.*

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk meraih gelar Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam menyelesaikan karya ilmiah ini, sehingga dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Mudji Sabar, MBA., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, masukan, dan semangat bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini dari awal sampai dengan akhir.
2. Muchsin Saggaff Shihab, MBA., Ph.D selaku penguji Ujian Tesis Program Pascasarjana (S2) Program Magister Manajemen Universitas Mercubuana yang memberikan arahan kepada penulis.
3. Ir. Har Adi Basri, M.Sc., Ph.D selaku Ketua Sidang Tesis Program Pascasarjana (S2) Program Magister Manajemen Universitas Mercubuana yang memberikan arahan kepada penulis
4. Dr. Aty Herawati, M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen
5. Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana
6. Yang Tercinta Papa Rudolf, Mama Ernawati, Uni Fachdania, Keponakan Shola, Istriku Rica serta seluruh keluarga besar yang sudah merawat aku serta selalu memberikan dukungan, semangat, kasih sayang yang melimpah dan doa yang tiada henti untuk mendoakanku menjadi orang yang sukses.
7. Terima kasih kepada responden yang telah berkenan untuk menjawab kuesioner PT Asuransi Jasindo Syariah. Terima kasih untuk waktu yang telah

diberikan dalam pengisian kuesioner yang sangat bermanfaat bagi penyusunan Tesis ini.

8. Terima kasih kepada Manajemen PT Asuransi Jasindo Syariah yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian bagi penulis.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua. Amin

Jakarta, November 2017

Fachri Reza Bey



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi, Batasan & Perumusan Masalah	12
1.3. Maksud & Tujuan Penelitian	14
1.4. Manfaat & Kegunaan Penelitian	15
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Sejarah Perusahaan	16
2.2. Ruang Lingkup Perusahaan	19
2.3. Sumber Daya	19
2.4. Tantangan Bisnis	23
2.5. Proses Bisnis	24
BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
3.1. Kualitas Pelayanan	26
3.2. <i>Brand Image</i>	32
3.3. Kepuasan Konsumen	40
3.4. Pengaruh Antar Variabel Independen dengan Dependen	45

3.5. Penelitian Terdahulu	46
3.6. Kerangka Pemikiran	49
3.7. Hipotesis Penelitian.....	52
BAB IV. METODE PENELITIAN	
4.1. Jenis/Desain Penelitian	54
4.2. Definisi Operasional	54
4.3. Variabel Penelitian	55
4.4. Populasi dan Sampel penelitian	61
4.5. Jenis dan Sumber Data	62
4.6. Teknik Pengumpulan Data	63
4.7. Teknik Analisa Data	64
4.8. Analisa Korelasi Antar Dimensi	65
BAB V. HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	
5.1. Karakteristik Responden Penelitian	72
5.2. Uji Validitas	75
5.3. Uji Reabilitas	77
5.4. Deskripsi Data Variabel Penelitian	79
5.5. Gambaran Deskriptif	86
5.6. Uji Asumsi Klasik	87
5.7. Uji Model dan Hipotesis	89
5.8. Analisis Korelasi Antar Dimensi	93
5.9. Pembahasan	95
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	98
6.2. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	109
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	138

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Jumlah Konsumen Asuransi Kendaraan Bermotor	8
Tabel 1.2.	Jumlah Komplain Proses Klaim Kendaraan Bermotor	9
Tabel 3.1.	Penelitian Terdahulu	46
Tabel 4.1.	Operasional Variabel	58
Tabel 4.2.	Likert	64
Tabel 4.3.	Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas	67
Tabel 5.1.	Identitas Responden	72
Tabel 5.2.	Hasil Uji Validitas	75
Tabel 5.3.	Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel 5.4.	Interval	78
Tabel 5.5.	Data Variabel Kualitas Pelayanan	78
Tabel 5.6.	Data Variabel <i>Brand Image</i>	81
Tabel 5.7.	Data Variabel Kepuasan Konsumen	83
Tabel 5.8.	<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnow Test</i>	86
Tabel 5.9.	<i>Coefficients^a Independen Variabel</i>	88
Tabel 5.10.	<i>Model Summary R Square</i> Kualitas Pelayanan	89
Tabel 5.11.	<i>Coefficients</i> Kualitas Pelayanan	90
Tabel 5.12.	<i>Model Summary R Square Brand Image</i>	91
Tabel 5.13.	<i>Coefficients Brand Image</i>	92
Tabel 5.14.	<i>Model Summary</i> Kualitas Pelayanan dan <i>Brand Image</i>	93
Tabel 5.15.	<i>Coefficients</i> Kualitas Pelayanan dan <i>Brand Image</i>	94
Tabel 5.16.	ANOVA	95
Tabel 5.17.	Matriks Korelasi Antar Dimensi	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Model Kualitas Jasa (Gap Model)	39
Gambar 3.2	Konsep Kepuasan Konsumen	42
Gambar 3.3	Paradigma Penelitian	51



DAFTAR LAMPIRAN

1. Data Uji Coba Instrumen	108
2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan	111
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Brand Image	113
4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Konsumen	115
5. Tabulasi Data Penelitian	117
6. Hasil Uji Normalitas	126
7. Hasil Uji Multikolinearitas	127
8. Hasil Uji Heteroskedastisitas	128
9. Hasil Uji Regresi Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen	130
10. Hasil Uji Regresi Brand Image Dengan Kepuasan Konsumen	131
11. Hasil Uji Regresi Kualitas Pelayanan dan Brand Image Dengan Kepuasan Konsumen	131
12. Uji Korelasi Antar Dimensi Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen	133

UNIVERSITAS
MERCU BUANA