

Nama : Wiwin Winarti  
Nim : 44211110019  
Judul : Persepsi Pelanggan Asuransi Jiwa Tentang Citra  
Perusahaan PT.Prudential Life Insurance Di Cilegon  
Bibliografi : 112 + 5 Bab + 30 Buku

### ABSTRAK

Perusahaan asuransi jiwa saat ini telah berkembang pesat, terutama bagi kalangan menengah keatas bahkan program asuransi yang murah telah diberikan oleh pemerintah kepada kalangan masyarakat kebawah agar dapat mendapatkan fasilitas kesehatan. Persepsi pelanggan menjadi penting untuk menilai mutu pelayanan asuransi agar bisa bersaing dengan perusahaan asuransi lainnya, persepsi pelanggan akan menimbulkan sebuah persepsi yang berbeda-beda tentang citra perusahaan asuransi, tergantung pada kualitas produk dan jasa yang telah mereka pakai atau mereka beli yang dapat menggambarkan persepsi itu sendiri dengan harapan masing-masing perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk ‘mengetahui sejauhmana persepsi pelanggan asuransi jiwa tentang citra perusahaan PT.Prudential Life Insurance Di Cilegon, dengan menggunakan landasan teori persepsi yang ada di dalam buku Merk dan psikologi konsumen .

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah survey yaitu dengan membagikan kuesioner kepada pelanggan asuransi jiwa PT.Prudential Life Insurance Di Cilegon dengan sampel sebanyak 96 orang.

Berdasarkan hasil penelitian persepsi pelanggan tentang citra perusahaan PT.Prudential Life Insurance di cilegon diperoleh nilai rata-rata keseluruhan dari persepsi pelanggan yaitu 0,301 dan citra perusahaan yaitu 0,324.Hasil dari penyebaran kuesioner dan dari hasil data analisis perhitungan tabel SPSS yang telah dilakukan mendapatkan hasil yang masuk dalam kategori sangat bagus, kesimpulan ini didapat dari nilai-nilai tabel dari hasil penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian persepsi pelanggan asuransi jiwa tentang citra PT.Prudential Life Insurance di Cilegon sangatlah bagus.

## ABSTRACT

Life insurance companies are now growing rapidly, especially for the upper middle class and even cheap insurance programs have been given by the government to the community down to get health facilities. Customer perception becomes important to assess the quality of insurance services in order to compete with other insurance companies, customer perception will lead to a different perception of the image of the insurance company, depending on the quality of products and services they have used or they buy that can describe the perception itself with the expectations of each company.

This study aims to know the extent of life insurance customer perceptions about the image of PT.Prudential Life Insurance company in Cilegon, using the theoretical basis of perception in the book Brand and consumer psychology.

This research uses quantitative descriptive approach with descriptive research type. The research method used is survey by distributing questionnaires to life insurance customers PT.Prudential Life Insurance In Cilegon with a sample of 96 people.

The result of this research get conclusion with mean value of customer perception variable that is 0,301 and company image that is 0,324. The result of the questionnaire distribution and from the result of SPSS table calculation data that has been done get the results that are in very good category, this conclusion is obtained from the table values from the research result. This shows that the assessment of customer perception of life insurance about PT.Prudential Life Insurance image in Cilegon included in good category.

Keywords: Customer perception, Corporate image.