



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, BRAND IMAGE DAN  
KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PT ASURANSI ARTARINDO**

UNIVERSITAS  
**TESIS**  
MERCU BUANA

Oleh :  
**HENDRA WIJAYA**  
N I M : 55111110170

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
2015**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, BRAND IMAGE DAN  
KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PT ASURANSI ARTARINDO**

**TESIS**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan  
Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen**

Oleh :  
**HENDRA WIJAYA**  
**N I M : 55111110170**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
2015**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Asuransi Artarindo**

Bentuk Tesis : Penelitian/ Kajian Masalah Perusahaan

Nama : HendraWijaya

NIM : 55111110170

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : September 2015

Mengesahkan,

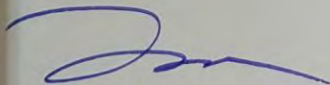
Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

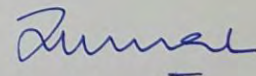
Prof. Dr. M.Havidz Aima, MS

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi  
Magister Manajemen



Prof. Dr. Didik J. Rachbini



Dr. Augustina Kurniasih, ME

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Asuransi Artarindo**

Bentuk Karya Akhir : Penelitian/ Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Hendra Wijaya

NIM : 55111110170

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 16 September 2015

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, 16 September 2015



Hendra Wijaya

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Tesis ini di tulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan Tesis ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Tuhan Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Bapak *Prof. Dr. M.Havidz Aima*, MS, selaku pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, dorongan dan arahan dalam penulisan Tesis ini dari awal hingga selesai.
1. Bapak *Dr. Ir. Arsisetyanto Nugroho*, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta
2. Bapak *Prof. Dr. Didik J Rachbini*, selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Ibu *Dr. Augustina Kurniasih*, ME, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.

5. Seluruh Dosen Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah berkenan memberikan semua ilmu dan pengalaman serta membuka cakrawala ilmu pengetahuan kepada Penyusun.
6. Seluruh staf Akademik dan Administrasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang membantu dalam proses perkuliahan dari awal hingga akhir.
7. Seluruh rekan kerja di PT Asuransi Artarindo yang telah memberikan dukungan dan Informasi yang dibutuhkan selama Menyusun tesis ini
8. Seluruh keluarga Penyusun yang telah memberikan dukungan selama awal Perkuliahan hingga akhir.
9. Seluruh pihak - pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang terlibat Secara langsung mau pun tidak langsung dalam proses penyusunan tesis ini.

Kiranya hasil penulisan Tesis ini dapat memberikan sumbangsih dan manfaat dalam penelitian serta pengembangan metode penganggaran modal untuk membuat keputusan investasi di masa yang akan datang.

Jakarta, 16 September 2015

Penulis

HendraWijaya

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRACT.....	ii
ABSTRAK.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iv
PERNYATAAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	10
1.3. Rumusan Masalah.....	11
1.4. Batasan Masalah .....	12
1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	12
1.5.1. Tujuan Penelitian.....	12
1.5.2. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN .....	14
2.1. Sejarah Perusahaan .....	14
2.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	15
2.3. Lingkup Bidang Usaha .....	16
2.4. Direksi dan Manajemen .....	19
2.5. SumberDaya Yang di Miliki .....	19
2.6. Tantangan yang ada di Masa yang Akan Datang.....	22
2.7. Proses Bisnis.....	22
BAB III KAJIAN PUSTAKA.....	23
3.1. Kajian Pustaka.....	23
3.1.1. Loyalitas Pelanggan.....	23



3.1.1.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	23
3.1.2. Kualitas Pelayanan.....	26
3.1.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	26
3.1.2.2. Pemasaran Jasa .....	30
3.1.2.2.1. Pengertian Pemasaran Jasa .....	30
3.1.2.3. Klasifikasi Jasa .....	32
3.1.2.3.1. Pengertian Klasifikasi Jasa .....	32
3.1.2.4. Karakteristik Jasa .....	33
3.1.2.4.1. Pengertian Karakteristik Jasa .....	33
3.1.3. Brand Image .....	35
3.1.3.1. Pengertian Brand Image .....	35
3.1.3.2. Faktor – Faktor yang Membentuk Citra Merek.	38
3.1.4. Kepercayaan Pelanggan.....	41
3.1.4.1. Pengertian Kepercayaan Pelanggan.....	41
3.1.4.2. Elemen Kepercayaan .....	43
3.2. Penelitian Terdahulu .....	45
3.3. Kerangka Pemikiran.....	48
3.4. Hipotesis Penelitian.....	51
<b>BAB IV METODE PENELITIAN.....</b>	<b>52</b>
4.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	52
4.2. Metode Penelitian .....	52
4.3. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	52
4.3.1. Populasi.....	52
4.3.2. Sampel.....	53

4.4. Metode Pengumpulan Data.....	53
4.5. Jenis dan Sumber Data.....	55
4.6. Skala Pengukuran.....	56
4.7. Operasional Variabel.....	56
4.8. Pengujian Instrumen dan Data.....	62
4.8.1. Uji Validitas.....	62
4.8.2. Uji Realibilitas.....	63
4.9. Uji Asumsi Klasik.....	64
4.9.1. Uji Normalitas.....	64
4.9.2. Uji Multikolinieritas.....	65
4.10. Analisis Deskriptive.....	66
4.10.1. Analisis Regresi.....	66
4.10.2. Korelasi antar Variabel .....	67
4.10.3. Pengujian Hipotesis .....	68
4.10.4. Uji-F .....	69
4.10.5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	70
4.11. Matriks Korelasi Antar Dimensi .....	71
<b>BAB V HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>73</b>
5.1. Hasil Penelitian .....	73
5.2. Statistik Deskriptif Data Penelitian .....	74
5.3. Uji Instrumen.....	75
5.4. Uji Asumsi Klasik.....	76
5.5. Test Koefisien Korelasi (R).....	84

5.6. Koefisien Regresi .....	86
5.6.1. Regresi Linier Sederhana .....	87
5.6.2. Regresi Linier Berganda.....	93
5.6.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	94
5.6.4. Hasil Uji Hipotesis .....	96
5.7. Matriks Korelasi Antar Dimensi .....	100
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
6.1. Kesimpulan.....	102
6.2. Saran.....	104

DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN-LAMPIRAN  
DAFTAR RIWAYAT HIDUP



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Peringkat Perusahaan Asuransi Umum Asset Di Bawah Rp 50 Miliar .....	2
Tabel 1.2. Rata-rata Pertumbuhan dan Proyeksi Premi .....	4
Tabel 1.3. Data Klaim .....	8
Tabel 2.1. Direksi dan Manajemen .....	19
Tabel 3.1. Penelitian Terdahulu .....	45
Tabel 4.1. Indikator Variabel .....	57
Tabel 4.2. Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r .....	68
Tabel 4.3. Matriks Korelasi Antar Dimensi .....	72
Tabel 5.1. Statistik Deskriptif Data Penelitian .....	74
Tabel 5.2. Validitas Butir Pertanyaan Kualitas Produk .....	76
Tabel 5.3. Reliability Statistics Kualitas produk .....	76
Tabel 5.4. Validitas Butir Pertanyaan Brand image .....	77
Tabel 5.5. Reliability Statistics Brand image .....	78
Tabel 5.6. Validitas Butir Pertanyaan Kepercayaan pelanggan .....	79
Tabel 5.7. Reliability Statistics Kepercayaan pelanggan .....	79
Tabel 5.8. Validitas Butir Pertanyaan Loyalitas pelanggan .....	80
Tabel 5.9. Reliability Statistics Loyalitas pelanggan .....	80
Tabel 5.10. Uji Multikolinieritas .....	82
Tabel 5.11. Uji Autokorelasi .....	83
Tabel 5.12. Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	84
Tabel 5.13. Korelasi Kualitas produk dengan Loyalitas pelanggan .....	84
Tabel 5.14. Korelasi Brand Image dengan Loyalitas pelanggan .....	85
Tabel 5.15. Korelasi Kepercayaan Pelanggan dengan Loyalitas pelanggan .....	86
Tabel 5.16. Koefisien Regresi Kualitas Produk dengan Loyalitas pelanggan .....	87
Tabel 5.17. Koefisien Determinan ( $R^2$ ) Kualitas Produk dengan Loyalitas pelanggan .....	87
Tabel 5.18. Koefisien Regresi Brand image terhadap Loyalitas pelanggan .....	89
Tabel 5.19. Koefisien Determinan ( $R^2$ ) Brand Image dengan Loyalitas pelanggan .....	90
Tabel 5.20. Koefisien Regresi Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan .....	89
Tabel 5.21. Koefisien Determinan ( $R^2$ ) Kepercayaan Pelanggan dengan Loyalitas pelanggan .....	90
Tabel 5.22. Regresi Linear Berganda .....	93
Tabel 5.23. Koefisien Determinan .....	95
Tabel 5.24. Uji t (Uji Parsial) .....	96

Tabel 5.25 Uji Simultan.....	99
Tabel 5.26 Matrik Korelasi Antara Kualitas Produk, Brand image dan Kepercayaan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan.....	100
Tabel 5.27 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	101

