

ABSTRACT

Insurance in the world of customer trust is the most important thing in the support process performance. If it is formed in the self-confidence of customers then by itself be formed also customer loyalty towards the company. Things - other things supporting the formation of loyalty can be seen from the Service Quality, Brand Image, and customer trust.

This study aims to determine how much influence the service, brand image and customer confidence in the PT. Artarindo insurance against customers that may pose a consumer loyalty to the product - a product that is owned by PT Asuransi Artarindo.

This study included in this type of causal research is to identify the causal relationship of the variables, researchers are looking for the best type of facts to help understand and predict relationships. Analysis of the data used in this research is descriptive analysis and quantitative analysis software package SPSS Regression of ver.17 used in model development and research hypothesis.

Results of this study prove that the service quality and significant positive effect on customer loyalty and brand image was positive and significant impact on customer loyalty. And also followed by customer trust and exhibited significantly positive effect on consumer loyalty.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Customer to Customer Loyalty Trust.

MERCU BUANA

ABSTRAK

Didalam dunia Asuransi kepercayaan pelanggan merupakan hal yang paling utama didalam mendukung proses kinerjanya. Jika sudah terbentuk kepercayaan didalam diri pelanggan maka dengan sendirinya akan terbentuk pula loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Hal – hal lain yang menjadi pendukung terbentuknya loyalitas bisa dilihat dari Kualitas Pelayanan, Brand Image, dan Kepercayaan Pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan, brand image, dan kepercayaan pelanggan didalam PT. Asuransi Artarindo terhadap nasabah sehingga dapat menimbulkan suatu loyalitas konsumen terhadap produk – produk yang dimiliki oleh PT Asuransi Artarindo.

Penelitian ini termasuk dalam tipe penelitian kausal yaitu untuk mengidentifikasi hubungan sebab akibat dari variabel, peneliti mencari tipe terbaik dari fakta untuk membantu memahami dan memprediksi hubungan. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif dan juga Analisis kuantitatif dengan Regresi dari paket software SPSS digunakan dalam pengembangan model dan penelitian hipotesis.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen serta Brand Image pun berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen. Dan juga diikuti oleh Kepercayaan pelanggan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Brand Image, Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.