

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, KEPERCAYAAN KONSUMEN,
DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP LOYALITAS NASABAH
ASURANSI KENDARAAN PT ASURANSI JASA INDONESIA
(Studi pada PT Asuransi Jasa Indonesia Kantor Pusat)**

SKRIPSI



Nama : Bahrul Ardiantoro
Nim 43121120090

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, KEPERCAYAAN KONSUMEN,
DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP LOYALITAS NASABAH
ASURANSI KENDARAAN PT ASURANSI JASA INDONESIA
(Studi pada PT Asuransi Jasa Indonesia Kantor Pusat)**

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
Jakarta



Nama : Bahrul Ardiantoro
Nim 43121120090

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bahrul Ardiantoro

Nim : 43121120090

Program Studi : SI Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah mumi hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan Tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 Agustus 2025



Bahrul Ardiantoro

NIM 43121120090

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : BAHRUL ARDIANTORO
NIM : 43121120090
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH SERVICE QUALITY, KEPERCAYAAN KONSUMEN, DAN BRAND AWARENESS TERHADAP LOYALITAS NASABAH ASURANSI KENDARAAN PT ASURANSI JASA INDONESIA (Studi pada PT Asuransi Jasa Indonesia Kantor Pusat)
Hasil Pengecekan Turnitin : 30%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **30%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

Jakarta, 04 September 2025
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

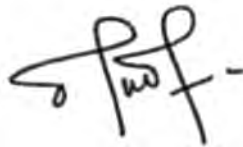
2025/September/04/0000000477/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bahrul Ardiantoro
NIM : 43121120090
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH SERVICE QUALITY, KEPERCAYAAN KONSUMEN,
DAN BRAND AWARENESS TERHADAP LOYALITAS NASABAH
ASURANSI KENDARAAN PT ASURANSI JASA INDONESIA
(Studi pada PT Asuransi Jasa Indonesia Kantor Pusat)
Tanggal Sidang : 08 Agustus 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Hamdan, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-08255411



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Penelitian loyalitas nasabah di PT Asuransi Jasa Indonesia ditujukan untuk mengamati bagaimana efek dari variabel *Service Quality*, Kepercayaan Konsumen dan *Brand Awareness* terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Kendaraan. Populasi penelitian ini adalah nasabah PT Asuransi Jasa Indonesia yang tercatat dari tahun 2020 sampai dengan 2025 kuartal 1 yaitu sebanyak 18.037 nasabah. Sample size yang diambil sebagai bahan penelitian sebesar 170 responden. Pengumpulan data responden ini dilakukan dengan metode kuesioner yang disebarakan melalui media *google form* terhadap sejumlah nasabah. Pengambilan sampel dilakukan secara acak dengan kriteria yaitu nasabah yang telah menggunakan jasa PT Asuransi Jasa Indonesia minimal 2 tahun berturut-turut dan minimal berusia 21 tahun. Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Square* (PLS). Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa *Service Quality*, Kepercayaan, *Brand Awareness* memberikan pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas nasabah PT Asuransi Jasa Indonesia. Penelitian ini memberikan kontribusi positif kepada manajemen PT Asuransi Jasindo dalam membentuk loyalitas nasabah. Asuransi Jasindo perlu meningkatkan kualitas layanan, kepercayaan dan kesadaran nasabah untuk menciptakan hubungan jangka panjang.

Kata kunci: *Service Quality*, Kepercayaan, *Brand Awareness*, Loyalitas, Asuransi Kendaraan Bermotor



ABSTRACT

This study investigates customer loyalty at PT Asuransi Jasa Indonesia by analyzing the effects of Service Quality, Consumer Trust, and Brand Awareness on vehicle insurance customer loyalty. The research population comprises 18,037 registered customers from 2020 to the first quarter of 2025. A total of 170 respondents were selected as the sample using random sampling with specific criteria: customers who have continuously used PT Asuransi Jasa Indonesia's services for at least two years and are a minimum of 21 years old. Data were collected through questionnaires distributed via Google Forms and analyzed using the Partial Least Square (PLS) method. The findings reveal that Service Quality, Consumer Trust, and Brand Awareness exert a significant positive influence on customer loyalty. These results highlight the importance of improving service delivery, building stronger trust, and enhancing brand awareness in order to sustain long-term customer relationships. This research contributes to the academic literature on customer loyalty in the insurance industry while providing managerial implications for PT Asuransi Jasindo. Strengthening these variables is essential for creating sustainable competitive advantage and fostering long-term customer engagement.

Keywords: *Service Quality, Trust, Brand Awareness, Loyalty, Motor Vehicle Insurance*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Service Quality*, Kepercayaan Konsumen dan *Brand Awareness* Terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Kendaraan PTAsuransi Jasa Indonesia”**. Tidak sedikit kendala serta rintangan yang harus dihadapi oleh peneliti selama masa penyusunan skripsi ini, namun dengan dukungan dari berbagai pihak, baik secara dukungan materil, maupun secara dukungan non-materil, sehingga penelitian skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Atas dukungan yang membuat peneliti dapat terus bersemangat dalam menulis skripsi ini, pribadi diri peneliti ingin berterima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana;
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana;
3. Bapak Dudi Permana, M.M., Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana;
4. Bapak Hamdan, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pencerahan, dan nasihat-nasihat yang telah sangat bermanfaat demi terselesaikannya Skripsi ini;
5. Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E., M.M., Ph.D selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan nasihat yang sangat bermanfaat;
6. Ibu Dr. Ade Permata Surya, S.Gz., M.M., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan nasihat yang sangat bermanfaat;
7. Seluruh dosen dan tata usaha program studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu-ilmu dan bantuan selama perkuliahan;
8. Kedua Orang Tua Saya yang selalu mendoakan untuk kelancaran penyusunan skripsi;

9. Dian Auliana Permata Sari atas segala dukungan dan diskusi dalam penyusunan skripsi ini;
10. Teman-temanku di Matakuliah Metodologi Penelitian Ero, Andini, Ninda dan Ari, atas segala dukungan dan diskusi dalam penyusunan skripsi ini.

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan peneliti dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun agar mampu meningkatkan kualitas skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan.



Jakarta, 8 Agustus 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Bahrul Ardiantoro

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB 1 PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian	12
 BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	 13
A. KAJIAN PUSTAKA	13
1. Manajemen Pemasaran	13
2. Perilaku Konsumen	14
3. Loyalitas	16
4. Service Quality	19
5. Kepercayaan	22
6. Brand Awareness	26
7. Penelitian yang Relevan	29
B. PENGEMBANGAN HIPOTESIS	38
1. Pengaruh Service Quality terhadap Loyalitas	39
2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas	40
3. Pengaruh Brand Awareness terhadap Loyalitas	41
C. KERANGKA KONSEPTUAL	42

BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	43
B. Desain Penelitian	43
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	43
D. Skala Pengukuran Variabel	49
E. Populasi dan Sampel	51
F. Metode Pengumpulan Data	53
G. Metode Analisis Data	55
1. Analisis Deskriptif	55
2. Analisis SEM PLS (<i>Partial Least Square</i>)	58
a. Analisis Outer Model	59
b. Analisis Inner Model	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Umum PT Asuransi Jasa Indonesia	64
B. Statistik Deskriptif	70
1. Deskripsi Responden	70
2. Deskripsi Variabel	72
C. Hasil Analisis Partial Least Square	77
1. Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	77
2. Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	84
D. Pembahasan	89
1. Pengaruh Service Quality terhadap Loyalitas	89
2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas	90
3. Pengaruh Brand Awareness terhadap Loyalitas	92
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	94
A. Simpulan	94
B. Saran	95
1. Saran untuk PT Asuransi Jasa Indonesia	95
2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Prasurvei	8
2.1	Penelitian Terdahulu	29
3.1	Indikator Instrumen Penelitian	48
3.2	Skor Alternatif jawaban dalam skala Likert	50
3.3	Interval Kelas Untuk Distribusi frekuensi	57
4.1	Deskripsi Responden	70
4.2	Deskripsi Variabel Service Quality	72
4.3	Deskripsi Variabel Kepercayaan	74
4.4	Deskripsi Variabel Brand Awareness	75
4.5	Deskripsi Variabel Loyalitas	76
4.6	Hasil Pengujian Outer Loading	77
4.7	Hasil Pengujian Cronbach's Alpha	79
4.8	Hasil Pengujian Composite Reliability	79
4.9	Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE)	80
4.10	Hasil Pengujian Cross Loading	81
4.11	Hasil Pengujian Fornell Larcker Criterion	82
4.12	Hasil Pengujian Heterotrait-Monotrait Ratio	83
4.13	Hasil Pengujian VIF	84
4.14	Hasil Pengujian R ²	84
4.15	Hasil Pengujian F ²	85
4.16	Hasil Pengujian Q ²	86
4.17	Hasil Pengujian Hipotesis	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Respon Alokasi Asuransi	1
1.2	Premi dicatat Asuransi Umum 2019-2028	2
1.3	Pangsa Pasar Asuransi Jasindo di Bandingkan Asuransi Nasional	4
1.4	Top Brand Awards Perusahaan Jasa 2021-2025	5
1.5	Tren Nasabah Asuransi Jasindo (2021-2024)	6
2.1	Kerangka Pemikiran	42
4.1	Core Value AKHLAK	67
4.2	Diagram Hasil PLS Algoritma	78
4.3	Diagram Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	88



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	102
2.	Data Jawaban Responden	106
3.	Hasil PLS Algoritma	124
4.	Bootstrapping	132

