

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring dengan peningkatan taraf hidup seseorang, maka pemenuhan kebutuhan hidup tidak lagi terbatas pada kebutuhan fisiologis saja. Namun kebutuhan keselamatan akan rasa aman dan perlindungan kini juga makin dirasakan. Pada dasarnya asuransi adalah bentuk bisnis jasa dimana sebagai industri jasa setiap pengusaha pengasuransian akan berusaha membuat berbagai aktifitas pemasaran yang maksimal guna mencapai harapan konsumen akan menjadi loyal, bersedia melakukan hubungan jangka panjang, menggunakan produk dan jasa perusahaan secara terus menerus dan merekomendasikanya kepada teman-teman dan orang terdekat mereka. Loyalitas ini akan diperoleh bila konsumen merasa mereka mendapatkan sesuatu yang lebih bernilai dibanding dengan bila mereka berpindah ke perusahaan lain. Keuntungan lain yang diperoleh perusahaan dari konsumen yang loyal adalah bahwa mereka akan merekomendasikan merek, produk perusahaan atau produsen secara sukarela, sehingga dapat menghemat pengeluaran perusahaan untuk aktivitas tersebut.

Asuransi Prudential ialah bagian dari produk Perusahaan Prudential Plc, perusahaan multinasional yang merupakan sebuah grup jasa keuangan internasional terkemuka yang menyediakan jasa keuangan ritel dan pengelolaan dana di pasar-pasar pilihan: Inggris, Amerika, Asia dan Eropa. Di Indonesia sendiri Asuransi Prudential didirikan pada tahun 1995. Dengan menggabungkan pengalaman internasional Prudential di bidang asuransi jiwa dengan pengetahuan tata cara bisnis lokal. Prudential Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia, sejak meluncurkan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi pertamanya di tahun 1999, dan menjadi pemimpin pasar untuk produk tersebut di Indonesia. Di samping itu, Prudential Indonesia juga menyediakan berbagai produk yang dirancang untuk memenuhi dan

melengkapi setiap kebutuhan para nasabahnya di Indonesia yang meliputi asuransi kesehatan, asuransi pendidikan, asuransi *income* dan produk-produk lain yang senantiasa berkembang.

Razieh Qiasi et al (2012,p.174) menyebutkan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam perusahaan diantaranya kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan konsumen, perubahan organisasi dan lain-lain. Selain itu, beberapa penelitian mengevaluasi loyalitas pelanggan berdasarkan perilaku diantaranya pembayaran premi nasabah, intensitas pembayaran atau pembelian dan nilai-nilai tersebut merupakan hasil yang paling maksimal dari pencapaian loyalitas.

Apabila nasabah memiliki kesenangan terhadap kualitas layanan yang diberikan perusahaan, maka akan timbul kepuasan dan citra perusahaan yang baik yang akan berdampak pada loyalitas nasabah. Menurut Rambat Lupiyoadi (2013,p.232) beberapa faktor yang dapat membentuk loyalitas diantaranya adalah hambatan untuk berpindah (*switching barrier*), kepuasan layanan, kualitas layanan (*service quality*) serta penciptaan nilai pelanggan (*create customer value*). Namun ada hal yang lebih penting dalam membentuk loyalitas pelanggan yaitu dengan adanya hubungan yang saling menguntungkan dan berdampak pada terciptanya hubungan jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan. yang akan menjadikan citra perusahaan yang baik di mata nasabah.

Keunggulan kualitas pelayanan pada Asuransi Prudential yakni saat konsumen memilih Prudential nasabah akan mendapatkan jaminan investasi yang aman. Dengan begitu uang nasabah akan tersimpan dengan aman dalam jangka waktu yang lama. Ketika calon nasabah memilih prudential sebagai asuransi, nasabah akan mendapatkan jaminan pengobatan. Biaya pengcoveran pengobatan tersebut tidak akan mengurangi saldo nasabah. Selain itu nasabah akan mendapatkan jaminan warisan untuk orang tercinta nasabah. Jika terjadi sesuatu pada nasabah, uang investasi nasabah akan dipindah tangan keahlian waris nasabah tersebut.

Tingkat kelayakitan nasabah Prudential dapat dilihat melalui jumlah nasabah lama yang memperpanjang kontrak premi, nasabah baru dan nasabah keluar yang memutuskan kontrak premi Asuransi Prudential *One Favor Agency* di Bandar Lampung kategori produk asuransi Prudential yang terlampir dalam tabel berikut :

**Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Lama (Perpanjang), Nasabah Baru dan Nasabah Keluar Kontrak Premi Asuransi Prudential *One Favor Agency* Kota Bandar Lampung Tahun 2014-2016**

Produk PRU	Nasabah Lama (perpanjang)			nasabah baru			nasabah lama		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
<b>Unniversal Life</b>	76.393	85.590	97.787	28.447	33.174	37.901	20.095	20.836	20.977
<b>Life Cover</b>	68.999	69.629	70.248	18.514	19.689	19.864	18.019	18.695	19.071
<b>Protector Plan</b>	32.930	33.260	33.590	19.610	20.817	21.024	19.891	20.239	20.487
<b>Accident Plus</b>	16.602	18.374	20.916	13.849	14.913	16.977	10.021	10.941	21.371
<b>Hospital Care</b>	18.961	19.375	19.889	10.688	10.980	11.272	9.982	10.162	10.466
<b>Total</b>	<b>213.885</b>	<b>226.228</b>	<b>242.430</b>	<b>91.108</b>	<b>99.573</b>	<b>107.038</b>	<b>78.008</b>	<b>80.873</b>	<b>92.372</b>

*Sumber : Asuransi Prudential One Favor Agency Bandar Lampung, 2017*

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah nasabah yang memperpanjang kontrak dan nasabah baru selalu mengalami peningkatan di tiap tahunnya. Namun didapat bahwa jumlah nasabah yang keluarnya pun ikut mengalami peningkatan dari tahun 2014 ke tahun 2016. Meningkatnya nasabah yang keluar merupakan suatu masalah yang dihadapi oleh perusahaan Asuransi Prudential di cabang Bandar Lampung. Hal tersebut di dominasi salah satunya oleh produk asuransi jiwa yang memberikan pengaruh terbesar dalam hal nasabah yang keluar dan tidak memperpanjang kontrak preminya. Hal ini mengindikasikan bahwa loyalitas nasabah yang salah satunya melalui Produk PRUnniversal Life mengalami penurunan berdasarkan meningkatnya jumlah nasabah asuransi jiwa yang keluar sebanyak 20.836 nasabah dan 20.977 nasabah. Meskipun pada tahun 2015 mengalami peningkatan jumlah nasabah sebesar 96,46% dan tahun 2016 sebesar 87,5%, namun hal ini tidak menjadi ukuran bahwa Asuransi Prudential dapat

dikatakan memiliki kinerja yang baik, karena terlihat dari jumlah nasabah yang keluar di tahun 2015 yang melebihi target perusahaan sebesar 1,80%, dan tahun 6,63%, namun mengalami peningkatan pada nasabah yang keluar pada tahun 2015 mencapai sebesar 25,76% dan tahun 2016 sebesar 22,70%.

Selain itu penurunan loyalitas nasabah Prudential juga terjadi dan dapat dilihat dari penurunan tingkat nasabah dalam merekomendasikan citra perusahaan kepada orang lain, karena jika seorang nasabah sangat puas dengan mendapatkan pengalaman maupun *moment of truth* yang relevan dengan apa yang diharapkan, maka nasabah akan merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain. Untuk mengetahui citra perusahaan Prudential pada nasabah yang ada di Bandar Lampung tersebut menggunakan *Net Promoter Score* (NPS) yang tersaji dalam tabel berikut.

**Tabel 1.2 Net Promote Score Bandar Lampung Kategori Asuransi Jiwa  
Tahun 2014 - 2016**

Peringkat	Perusahaan	2014	2015	2016
1	Manulife	1,8%	3,7%	14,6%
2	Prudential	20,8%	18%	16,7%
3	AJB Bumiputera	-4,7%	3,1%	-17,2%
4	Jiwasraya	-8,3%	-6%	-4,2%

*Sumber: Prudential One Favor Agency, Cabang Bandar Lampung, 2017*

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa tingkat NPS atau *Net Promote Score* pada Asuransi Prudential tahun 2015 adalah sebesar 18%, namun pada tahun 2014 ke tahun 2015 mengalami penurunan sebesar 2,8% dan pada tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar 1,3%. hal ini mengindikasikan bahwa tingkat citra perusahaan nasabah pada Asuransi Prudential mengalami penurunan pada tiap tahunnya.

Dengan demikian, Prudential harus tetap meningkatkan citra perusahaan dengan tidak hanya menyediakan produk atau jasa yang sempurna dan berkualitas baik, tetapi juga untuk terus memberikan kepuasan dan nilai bagi nasabah demi mempertahankan nasabah yang loyal (setia) yang akan memberikan keuntungan

jangka panjang bagi perusahaan. Menurut Razieh Qiasi et al (2012,p.174) pelanggan setia adalah orang yang memiliki sikap positif terhadap perusahaan dan sering dikaitkan dengan perusahaan. Berikut akan dijelaskan seberapa besar tingkat loyalitas nasabah pada kualitas pelayanan berdasarkan setiap produk yang ada di Asuransi Prudential yang tersaji dalam tabel berikut.

**Tabel 1.3 Tingkat Kualitas Pelayanan Nasabah Produk Asuransi Proteksi Prudential Life Assurance (*One Favor Agency*) Cabang Kota Bandar Lampung Tahun 2014-2016**

Macam Asuransi	Jumlah Nasabah		
	2014	2015	2016
PRUniversal Life	135.688	118.764	105.840
PRUlife Cover	90.112	89.318	88.524
PRUprotector Plan	54.614	54.077	53.540
PRUaccident Plus	37.893	33.287	28.681
PRUhospital Care	31.161	30.355	29.549
<b>Jumlah</b>	<b>349.468</b>	<b>325.801</b>	<b>306.134</b>

*Sumber : Asuransi Prudential One Favor Agency Cabang Bandar Lampung, 2017*

Tabel 1.3 menunjukkan peningkatan jumlah nasabah yang merasa puas dengan kualitas pelayanan di tiap tahunnya mengalami penurunan. PRU*universal Life* merupakan salah satu produk asuransi jiwa dengan penurunan jumlah tertinggi yakni sebesar 16.924 pada tahun 2014 ke tahun 2015 dan sebesar 12.924 pada tahun 2015 ke tahun 2016. Dalam setiap produk asuransi prudential yang lainnya pun mengalami penurunan.

Asuransi Prudential selalu bertujuan untuk mempertahankan nasabahnya dalam menjalankan setiap kreativitas bisnisnya dan berupaya untuk meningkatkan loyalitas. Demi meningkatkan loyalitas nasabah yang kuat, Prudential berusaha untuk selalu menjalin hubungan yang baik dengan nasabah yang saling menguntungkan antara nasabah dengan perusahaan. Hal tersebut akan meningkatkan komitmen di benak nasabah untuk selalu berkontribusi dalam mencapai tujuan perusahaan yang salah satunya melalui produk asuransi jiwa.

**Tabel 1.4 Customer Satisfaction Index Kategori Asuransi Jiwa Bandar Lampung Tahun 2015-2016**

Peringkat	Merek	Total Satisfaction Score (TSS)		
		2014	2015	2016
1	AJB Bumiputera	4,06%	3,94%	4,05%
2	Prudential	4,85%	4,16%	4,13%
3	Manulife	3,65%	3,98%	3,98%
4	Jiwasraya	4,04%	3,85%	3,94%

*Sumber : Prudential One Favor Agency, Cabang Bandar Lampung, 2017*

Tabel 1.4 menunjukkan skor indeks kepuasan pelanggan Asuransi Prudential menurun pada tahun 2014 ke tahun 2015 sebesar 0,69% dan tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar 0,03%. Penurunan skor indeks kepuasan ini mengindikasikan bahwa terjadi ketidakpuasan dan kejenuhan nasabah Prudential. Ketidakpuasan dan kejenuhan tersebut akan berdampak pada perpindahan nasabah berpindah ke merek lain. Hal ini akan mengakibatkan penurunan loyalitas nasabah yang pada akhirnya akan mengakibatkan penurunan pendapatan perusahaan.

Oleh sebab itu, dalam berbagai perusahaan asuransi yang lebih diutamakan dan ditekankan adalah untuk mengetahui bagaimana pandangan citra perusahaan, kualitas pada pelayanan yang diberikan dan seberapa puaskah pelanggan terhadap asuransi yang dipilihnya, yang membuat nasabah untuk tetap loyal pada perusahaan asuransi tersebut. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis melakukan penelitian pada variabel yang telah ditentukan untuk mengetahui seberapa besar dampak perusahaan Asuransi Prudential yang tersaji dalam bentuk skripsi yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Terhadap Asuransi Prudential Di Bandar Lampung**”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Loyalitas nasabah Perusahaan Asuransi merupakan hal terpenting didalam kelangsungan perusahaan untuk dapat bertahan dan bersaing dengan berbagai

kompetitor lainnya. Sehingga perusahaan harus dapat mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah.

Berdasarkan hal itu, rumusan masalah yang dapat dituliskan antara lain :

1. Apakah citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Asuransi Prudential di Bandar Lampung?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Asuransi Prudential di Bandar Lampung?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Asuransi Prudential di Bandar Lampung?
4. Apakah citra perusahaan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen?

### **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

#### **1.3.1 Ruang lingkup subjek**

Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah Asuransi Prudential *One Favor Agency* Bandar Lampung.

#### **1.3.2 Ruang Lingkup Objek**

Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah citra perusahaan, kualitas pelayanan dan kepuasan yang mempengaruhi loyalitas konsumen Perusahaan Asuransi Prudential *One Favor Agency* di Bandar Lampung.

#### **1.3.3 Ruang Lingkup Tempat**

Penelitian ini dilakukan di Asuransi Prudential *One Favor Agency* yang beralamat di Jl. Jendral Soedirman No. 86 Rawa Laut, Tanjung Karang Barat, Bandar Lampung.

#### **1.3.4 Ruang Lingkup Waktu**

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang didasarkan pada kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Desember 2016 s.d Agustus 2017.

### **1.3.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup ilmu penelitian dalam penelitian ini adalah Manajemen Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Konsumen.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen pada Asuransi Prudential di Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Asuransi Prudential di Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada Asuransi Prudential di Bandar Lampung.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada Asuransi Prudential di Bandar Lampung.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

#### **1.5.1 Bagi Peneliti**

Untuk menambah pemahaman tentang teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti serta untuk mengimplementasikan dan memperkaya ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan teori, citra perusahaan, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen yang terdapat dalam penelitian ini.

#### **1.5.2 Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk membantu dalam menentukan langkah-langkah strategi meningkatkan citra perusahaan yang berorientasi pada peningkatan Kualitas Pelayanan yang akan memberikan Kepuasan pada nasabah agar menciptakan loyalitas konsumen bagi perusahaan.

#### **1.5.3 Bagi Akademik**

- a. Menambah referensi perpustakaan Manajemen IBI Darmajaya.



- b. Diharapkan bermanfaat bagi mahasiswa dan mahasiswi dalam rangka meningkatkan pengetahuan khususnya dibidang manajemen pemasaran dan strategi-strategi pemasaran.
- c. Menambah informasi, sumbangan penelitian, dan bahan kajian dalam penelitian yang membahas tentang kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini secara garis besar dibagi menjadi lima bab, yang terdiri dari :

### **Bab I Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan tentang “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Terhadap Asuransi Prudential di Bandar Lampung”.

### **Bab II Landasan Teori**

Berisikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan manajemen pemasaran, kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, kerangka pikir dan hipotesis.

### **Bab III Metode Penelitian**

Bab ini berisikan tentang jenis dari penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, metode analisis data, serta pengujian hipotesis mengenai Kualitas Pelayanan, Citra, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas nasabah pada Asuransi Prudential *One Favor Agency* di Bandar Lampung.

### **Bab IV Hasil Dan Pembahasan**

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap asuransi Prudential di Bandar Lampung”.

**Bab V Simpulan Dan Saran**

Dalam bab ini berisikan simpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

**Daftar Pustaka****Lampiran**