

ABSTRAK

Diki Setia Nugraha (1148020076): “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Prudential Life Assurance”.

Masalah yang melatarbelakangi adanya penelitian ini adalah Perusahaan asuransi sekarang ini diwarnai oleh persaingan yang ketat, perusahaan harus senantiasa berusaha mewujudkan keinginan nasabah semaksimal mungkin. Kebutuhan akan jasa asuransi saat ini dirasakan semakin penting baik oleh rumah tangga maupun dunia usaha di Indonesia, karena asuransi ini merupakan sarana untuk menghadapi berbagai resiko yang terjadi baik pada orang perorangan maupun pada dunia usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh *Emphaty* terhadap kepuasan Pelanggan, (2) pengaruh *Responsiviness* terhadap kepuasan Pelanggan, (3) pengaruh *Assurance* terhadap kepuasan Pelanggan, (4) pengaruh *Emphaty*, *Responsiviness*, dan *Assurance* secara simultan terhadap kepuasan Pelanggan. Penelitian ini didalamnya menggunakan beberapa teori yaitu mengenai teori Manajemen yang dikutip dari George R. Terry dalam bukunya dasar-dasar Manajemen, Manajemen Pemasaran diambil dari Philip Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran yang didalamnya terdapat teori yang berkaitan dengan dimensi yang ada dalam kualitas pelayanan (Variabel X) diambil dari zeithaml. dan berry (2009), dan Kepuasan Pelanggan (Variabel Y) diambil dari Kottler and Keller (2009) dalam dalam buku Suharto, AM.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah asuransi Prudential Life Assurance yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengolahan data menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji parsial, uji simultan, uji koefisien korelasi dan uji determinasi. Hasil analisis data dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa Variabel *Emphaty* (X1) berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan (Y). Variabel *Responsiviness* (X2) berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan (Y). Variabel *Assurance* (X3) berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan (Y). *Emphaty*, *Responsiviness*, dan *Assurance* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan dengan nilai F hitung sebesar 101.850 dengan tingkat signifikan 0,000 jadi besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan (X) secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 76,1% dan besarnya pengaruh variabel lain adalah 23.9%.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *Emphaty*, *Responsiviness*, *Assurance*, dan Kepuasan Pelanggan