

**ANALISIS PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN ASURANSI
SYARI'AH MUBARAKAH CABANG SOLO**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Jenjang Strata 1
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

Adminah

B100000159

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2009

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring bergulirnya perdagangan bebas dalam persaingan berskala global, masalah kualitas merupakan salah satu bagian penting dan sangat perlu mendapat perhatian yang serius bagi setiap perusahaan untuk tetap bisa bertahan dalam lingkungan bisnis. Bagi setiap perusahaan, baik yang bergerak dalam industri manufaktur maupun industri jasa pelayanan yang berkualitas merupakan tuntutan pelanggan yang harus dipenuhi.

Terciptanya kualitas layanan tentunya akan menciptakan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya terjalin hubungan yang harmonis antara penyedia barang ataupun jasa dengan pelanggan, memberikan dasar yang baik bagi loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*Word-of-Mouth*) yang menguntungkan bagi penyedia jasa tersebut.

Dalam dunia bisnis, khususnya yang bergerak dalam bidang jasa kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dan menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuhkan kembangkan perusahaan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Philip Kotler (1997:36), bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Maka, suatu perusahaan harus memperhatikan

hal-hal yang dianggap penting oleh para konsumen maupun pelanggan agar mereka puas sesuai harapannya.

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Parasuraman (dalam Sawitri,2003) mendefinisikan kualitas layanan (*Service Quality*) sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Menurut Parasuraman (dalam Fandy T 1996:60), ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *Expected service* dan *Perceived service*. Apabila jasa diterima atau yang dirasakan(*Perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*Expected service*), maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan.

Konsep penilai atau pengukuran kualitas pelayanan yang pernah dilakukan oleh Parasuraman, Valenie dan A. Zeithaml dan Leonard L. Berry (dalam Ahmad, 2000) yang dikenal dengan *Service Quality (SERVEQUAL)* terdapat lima dimensi kualitas pelayanan jasa yaitu; *Responsiveness*(daya tanggap), *Assurance*(jaminan), *Tangible*(bukti fisik), *Emphaty*(perhatian), dan *Reliability*(kehandalan). *Responsiveness*, merupakan keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. *Assurance*, mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat

dipercaya yang dimiliki oleh karyawan. *Tangible*, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. *Emphaty*, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan. *Reliability*, yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

Perusahaan Asuransi merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa yang berdasarkan pada azaz kepercayaan, sehingga masalah kualitas jasa menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini. Sebagai salah satu bisnis yang bergerak di bidang jasa maka perusahaan Asuransi Syari'ah Mubarakah cabang Solo diharapkan mampu untuk selalu konsisten dalam memberikan kualitas pelayanan (*Service Quality*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Dari uraian di atas maka Penulis mencoba mengadakan penelitian dengan mengambil judul:

“ANALISIS PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN ASURANSI SYARI’AH MUBARAKAH CABANG SOLO”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang sudah dikemukakan pada latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah dimensi *Service Quality* (*Responsiveness, Assurance, Tangibles, Emphaty, Reliability*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan perusahaan Asuransi Syari'ah Mubarakah cabang Solo?
2. Dari kelima dimensi *Service Quality* tersebut, dimensi manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan perusahaan Asuransi Syari'ah Mubarakah cabang Solo?

C. Batasan Penelitian

Batasan dalam suatu penelitian perlu dikemukakan, hal ini bertujuan agar penelitian yang dilakukan dapat lebih fokus pada pokok permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian.

Adapun batasan penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi pada model lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *Responsiveness, Assurance, Tangibles, Emphaty, Reliability* dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan pengguna jasa Asuransi Syari'ah Mubarakah cabang Solo.
2. Pelanggan yang diteliti adalah nasabah Asuransi Syari'ah Mubarakah yang bertempat tinggal di Solo dan sekitarnya (se-eks karsidenan Surakarta) dengan tujuan untuk memudahkan penelitian
3. Jenis jasa asuransi yang diteliti adalah asuransi jiwa/kesehatan.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui, menguji dan membuktikan secara empiris apakah ada pengaruh yang signifikan dari dimensi *Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Asuransi Syari'ah Mubarakah cabang Solo.
2. Untuk mengetahui dimensi manakah dari dimensi *Service Quality* yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Asuransi Syari'ah Mubarakah cabang Solo.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain:

1. Memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan yang bersangkutan dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan dalam hubungannya dengan kepuasan pelanggan.
2. Menambah wawasan dan pengetahuan peneliti.
3. Dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya.

F. Sistematika Skripsi

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan teori-teori dari hasil studi pustaka yang berhubungan dengan bidang penelitian antara lain berisi konsep jasa, konsep kualitas, kualitas jasa, kepuasan pelanggan, hubungan kepuasan pelanggan dengan kualitas jasa, hasil penelitian terdahulu, dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi kerangka pemikiran, metode penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menggambarkan tentang gambaran umum dari Obyek penelitian, pelaksanaan penelitian, analisa data, dan hasil analisa serta pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan-kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan serta saran-saran yang perlu disampaikan dalam hubungannya dengan peningkatan kualitas pelayanan.