HUBUNGAN ANTARA KUALITAS LAYANAN DAN PERSONAL SELLING DENGAN LOYALITAS NASABAH PT ASURANSI CAKRAWALA PROTEKSI CABANG BOGOR

TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Magister Manajemen

ARIF WIJAYANTO

NPM. 072516056

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS PAKUAN

2019

LEMBAR PERSETUJUAN

DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH PEMBIMBING TESIS	
Pembimbing	**Pembimbing**
Prof.Dr.Ir.H.Anoesyirwan Moenis,MM,M.Si	Dr. H. Hari Muharam, SE., MM.
Tanggal : 8 Februari, 2019	Tanggal : 11 Februari, 2019
DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH PANITIA UJIAN MAGISTER	
Ketua [1]	**Sekretaris** [2]
Prof. Dr. Ing. H. Soewarto Hardhienata	Dr. H. Hari Gursida, CA,.MM.,CPA
Tanggal : 16/2/, 2019	Tanggal : 16/2/2019, 2019
Tanggal Lulus : ....., 2019 No. Registrasi : ....., 2019	

Keterangan :

1) Direktur Pragram Pascasarjana
2) Ketua Program Studi

Hubungan Antara Kualitas Layanan Dan Personal Selling Dengan Loyalitas Nasabah PT Asuransi Cakrawala Proteksi Cabang Bogor

Pembimbing I : Prof. Dr. Ir. H. Anoesyirwan Moenis, MM, M.Si
Pembimbing II : Dr. H. Hari Muharam, SE, MM
Arif Wijayanto

Program Pasacasarjana Universitas Pakuan

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa hubungan antara kualitas pelayanan dan *Personal Selling* secara bersama-sama dengan loyalitas nasabah Asuransi Cakrawala Proteksi Cabang Bogor. Penelitian dilaksanakan di Kantor Asuransi Cakrawala Proteksi cabang Bogor. Waktu penelitian adalah selama 6 bulan yaitu dimulai dari bulan Juni sampai dengan November 2018. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah Asuransi Cakrawala Proteksi Cabang Bogor pada tahun 2016-2017 yang berjumlah 226 nasabah dengan kritera nasabah yang lebih dari satu kali menggunakan asuransi Cakrawala Proteksi Bogor. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang di ambil berjumlah 145 dengan rumus slovin. Analisis data menggunakan regresi linear dengan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan (1) terdapat hubungan positif dan signifikan antar variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,897, yang berarti berada pada kriteria hubungan yang sangat kuat. (2) Terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel *persoanl selling* dengan loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,850, yang berarti berada pada kriteria hubungan yang kuat. (3) Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan *personal selling* dengan loyalitas pelanggan secara bersam-sama dengan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,902, hal ini menunjukkan bahwa hubungan kualitas pelayanan (X_1) dan *personal selling* (X_2) secara bersama-sama dengan loyalitas pelanggan berada pada kriteria hubungan yang sangat kuat. Kontribusi kualitas pelayanan (X_1) dan *personal selling* (X_2) secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan (Y) diketahui nilai *Adjusted R Square* (R^2) = 0,811, Hal ini menunjukan bahwa 81.1% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan *personal selling* sedangkan sisanya 18.9%, loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh faktor lain yang dalam penelitian ini tidak dibahas.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, *Personal Selling*, Loyalitas Pelanggan, PT Asuransi Cakrawala Proteksi Indonesia

The Correlational Between Quality Of Service And Personal Selling With Customer Loyalty, Cakrawala Proteksi Insurance Bogor Branch.

Advisor I: Prof. Dr. Ir. H. Anoesyirwan Moenis, MM., M. Si,
Advisor II: Dr. H. Hari Muharam, SE, MM

Arif Wijayanto
Master of Management Study Program, Post-Infrastructure Program at Pakuan University, Bogor

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out and analyze the correlational between service quality and Personal Selling together with customer loyalty to the Bogor Branch Protected Horizon Insurance. The research was carried out at the Bogor branch of the Insurance Cakrawala Insurance Office. The research period is 6 months, starting from June to November 2018. The population of this study is all Bogor Branch Protected Insurance customers in 2016-2017, totaling 215 customers with more than one customer criterion using Bogor Protection Horizon insurance. In this study the number of samples taken amounted to 145 with Slovin formula. Data analysis used linear regression with the help of the SPSS program.

The results showed (1) there is a positive and significant relationship between service quality variables with customer loyalty with the value of the correlation coefficient (r) of 0.897, which means it is in the criteria of a very strong relationship. (2) There is a positive and significant relationship between the selling variables with customer loyalty with the value of the correlation coefficient (r) of 0.850, which means it is in the criteria of a strong relationship. (3) There is a positive and significant relationship between service quality and personal selling with customer loyalty together with the value of the correlation coefficient (r) of 0.902, this indicates that the relationship of service quality (X_1) and personal selling (X_2) together- the same as customer loyalty is in the criteria of a very strong relationship. The contribution of service quality (X_1) and personal selling (X_2) together to customer loyalty (Y) is known to be Adjusted R Square (R^2) = 0.811, This shows that 81.1% customer loyalty is influenced by service quality and personal selling while the rest 18.9%, customer loyalty is influenced by other factors that are not discussed in this study

Keywords: ***Service Quality, Personal Selling, Customer Loyalty, PT Asuransi Cakrawala Proteksi Indonesia***