

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan peningkatan taraf hidup seseorang maka pemenuhan kebutuhan hidup tak lagi terbatas pada kebutuhan fisiologis saja. Namun kebutuhan keselamatan akan rasa aman dan perlindungan kini juga makin dirasakan. Sesuai dengan hierarki ada 5 yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan keselamatan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan akan aktualisasi diri. Mengingat bahwa kehidupan manusia tidak terlepas dari berbagai resiko yang dapat menimbulkan kerugian. Dengan memiliki asuransi merupakan salah satu cara untuk pemenuhan kebutuhan akan rasa aman atas factor ketidak pastian yang mungkin terjadi pada hidup seseorang.

Asuransi adalah salah satu bisnis yang memberikan layanan jasa kepada para pelanggannya. Sebagaimana bisnis lainnya yang bergerak dalam industri jasa, asuransi yang beroperasi atas dasar kepercayaan juga dituntut untuk menunjukkan kinerja, reputasi dan pelayanan yang semakin baik. Oleh karena itu, asuransi sebagai bisnis yang bergerak dalam bidang industri jasa harus berorientasi pada kepuasan pelanggan, karena pelanggan yang puas merupakan salah satu basis bagi keberlangsungan hidup dan perkembangan bisnis asuransi itu sendiri.

PT Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan (Sequis Life) berdiri tahun 1984 dengan nama PT Universal Life Indonesia (ULINDO) di bawah naungan Gunung Sewu yang kemudian berubah menjadi Sewu New York Life (NYL) pada tahun 1992. Pada tahun 2003 seluruh saham NYL diakuisisi dan perusahaan mengganti namanya menjadi Sequis Life yang berfokus untuk melayani nasabah individu dan kumpulan melalui jalur distribusi keagenan dan digital yang menawarkan beragam produk inovatif mencakup asuransi jiwa dan kesehatan. Hingga akhir 2020 Sequis Life memiliki total aset sebesar Rp19,9 triliun, lebih dari 300.000 jumlah polis, serta didukung oleh 9.000 tenaga pemasar profesional.

PT Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Jenis- jenis produk asuransi jiwa yang ada di PT Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan adalah asuransi jiwa berjangka, asuransi jiwa seumur hidup, asuransi jiwa dwiguna dan asuransi jiwa unit link.

Loyalitas pelanggan adalah kecenderungan pelanggan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan tingkat konsistensi yang tinggi. Untuk mengukur loyal atau tidaknya seorang pelanggan dapat dilihat dari kebiasaan nasabah dalam membayar polis asuransinya. Berikut ini penulis paparkan data jumlah polis yang dinyatakan lapse yang dialami Pt Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan pada tahun 2021-2023.

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Polis Terdaftar dan Jumlah Polis Lapse Periode 2021-2023**

<b>Tahun</b>	<b>Polis Terdaftar</b>	<b>Polis dinyatakan Lapse</b>
2021	146 Polis	4 Polis
2022	138 Polis	7 Polis
2023	129 Polis	9 Polis

Sumber : PT Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan, 2023

Dari total polis yang terdaftar dari rentan tahun 2021 sampai dengan tahun 2023 dimana total polis yang dinyatakan lapse di tahun 2021 ada sebanyak 4 polis, di tahun 2022 ada sebanyak 7 polis dan ditahun 2023 ada sebanyak 9 polis. Kenaikan polis lapse terjadi setiap

tahunnya dimana jumlah polis lapse terbanyak terjadi di tahun 2023. Begitu juga polis yang terdaftar dari tahun 2021 sampai tahun 2023 mengalami penurunan. Hal ini membuktikan bahwa kurang setianya sikap pelanggan dalam membayar polis asuransinya setiap tahunnya masih dikarenakan pelanggan yang merupakan nasabah kurang bersikap positif seperti kurang peduli dalam membayar premi dan biaya-biaya polis yang sudah jatuh tempo sehingga menyebabkan penghentian polis nasabah atau polis lapse.

Menurut Hasan (2014) faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), kualitas produk atau layanan (*service quality*), brand image (*brand image*), nilai yang dirasakan (*perceived value*), kepercayaan merek (*brand trust*), relasional pelanggan (*customer relationship*), biaya peralihan (*switching cost*) dan dependabilitas (*reliability*).

Faktor yang pertama mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan. Kepuasan adalah hasil dari penilaian pelanggan bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan. Untuk mengukur kepuasan pelanggan PT Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan peneliti mewawancari 20 responden yaitu nasabah yang merupakan pelanggan Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan. Berikut tabel hasil wawancara peneliti kepada 20 orang pelanggan Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan.

**Tabel 1.2**  
**Wawancara Mengenai Kepuasan Pelanggan**

<b>Pernyataan</b>	<b>Skor</b>	<b>Hasil Tanggapan Responden</b>
Saya puas dengan pelayanan administrasi dan kantor di PT Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan	54	Pelanggan Tidak puas dengan pelayanan administrasi dan kantor di PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan
Saya merasakan manfaat perlindungan produk asuransi perusahaan	56	Pelanggan kurang merasakan manfaat perlindungan produk asuransi perusahaan
Saya merasa manfaat produk Asuransi Sequis Life harus diketahui lebih banyak orang	62	Pelanggan merasa manfaat produk. Asuransi Sequis Life harus diketahui lebih banyak orang
PT. Asuransi Jiwa Sequis Life mengetahui produk asuransi yang dibutuhkan masyarakat	53	PT. Asuransi Jiwa Sequis Life kurang mengetahui produk asuransi yang dibutuhkan masyarakat
<b>Total Skor</b>	225	
<b>Rata Rata Skor</b>	56,25	

Sumber : Hasil Wawancara, 2023

Dari tabel wawancara di atas dapat dilihat tanggapan masing-masing pernyataan dari 20 orang pelanggan yang peneliti wawancarai, dimana pada pernyataan pertama, kedua dan keempat skor yang diperoleh dibawah rata-rata. Maka hasil dari tanggapan 20 pelanggandapat dipaparkan sebagai berikut: Pelanggan tidak puas dengan pelayanan administrasi dan kantor di PT. Asuransi Jiwa Sequis Life, Pelanggan tidak puas dengan pelayanan administrasi dan kantor di PT Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan dan PT. Asuransi Jiwa Sequis Life kurang mengetahui produk asuransi yang dibutuhkan masyarakat.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah *brand image*. *Brand image* merupakan asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat suatu merek tertentu. Untuk melihat *brand image* PT. Asuransi Jiwa Sequis Life peneliti melampirkan data peringkat asuransi jiwa di Indonesia tahun 2023 pada tabel 1.3 berikut.

**Tabel 1.3**  
**Peringkat Asuransi Jiwa Di Indonesia Tahun 2023**

Peringkat	Nama Asuransi
1	PT Central Asia Financial
2	PT AXA Financial Indonesia
3	PT BNI Life Insurance
4	PT Asuransi Jiwa Inhealth Indonesia
5	PT Asuransi Simas Jiwa
6	PT Asuransi Jiwa Astra
7	PT Asuransi BRI Life
8	PT Asuransi Jiwa Sequis Financial
9	PT Heksa Solution Insurance
10	PT Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan

<https://duitpintar.com/asuransi-jiwa-di-indonesia/>

Dari Tabel 1.3 di atas dapat dilihat PT. Asuransi Jiwa Sequis Life menduduki peringkat terakhir yaitu peringkat 10 di Indonesia. Hal ini disebabkan karena kurangnya ingatan pelanggan mengenai merek asuransi Sequis Life dan pelanggan lebih mengingat merek asuransi lain dibandingkan Sequis Life.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah *brand trust*. *brand trust* adalah merek yang berhasil menciptakan *brand experience* yang berkesan dalam diri konsumen yang berkelanjutan dalam jangka panjang. Dengan kepercayaan merek yang baik maka akan berdampak dalam meningkatkan loyalitas pelanggan yang menggunakan merek tersebut. Dari hasil observasi yang peneliti lakukan dimana masih terdapat kasus yang menurunkan kepercayaan pelanggan mengenai PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan, seperti kasus susahnya mengklaim asuransi bagi pihak ahli waris. Hal ini disebabkan pihak Asuransi selalu mencari alasan yang tidak berkaitan dengan apa yang diperjanjikan dalam polis.

Berdasarkan latar belakang dan analisis yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada PT Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan.”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah, identifikasi masalah, serta pembatasan masalah maka dapat di rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan?
2. Apakah *brand trust* berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan?
4. Apakah *brand image* dan *brand trust* secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan?
4. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan?
5. Apakah *brand trust* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan?

6. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan?
7. Apakah *brand image*, *brand trust* dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan?
8. Apakah Kepuasan Pelanggan Mampu Memediasi Pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan?
9. Apakah Kepuasan Pelanggan Mampu Memediasi Pengaruh *brand trust* terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan?

### **1.3 Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas pelanggan adalah keputusan pelanggan untuk suka rela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama (Lovelock dan Wright, 2007:133). Sedangkan Griffin (2016) menyatakan “*loyalitas is definend as non purchase expressed over time by some decision making unit*”. Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih.

### **1.4 Brand Image**

Menurut Pradana, dkk (2017) menyebutkan definisi dari *brand image* adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pemahaman seseorang tentang sesuatu. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016) *brand image* adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen. *Brand image* merupakan asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat suatu merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran dan citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek.

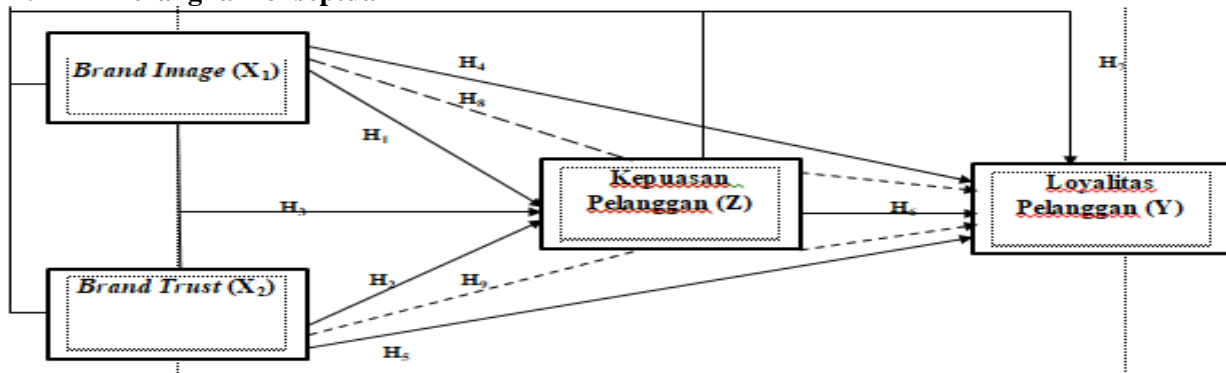
### **1.5 Brand Trust**

Menurut Feny, W. R., dan Sutedjo, B (2022), kepercayaan merek adalah kesediaan konsumen rata-rata untuk mengandalkan kemampuan konsumen dalam melakukan fungsi merek. Sedangkan Adhari (2021) mengatakan kepercayaan merek atau *brand trust* adalah adanya harapan atau kemungkinan yang tinggi bahwa merek tersebut akan mengakibatkan hasil positif terhadap konsumen.

### **1.6 Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan adalah hasil dari penilaian pelanggan bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan terhadap jenis pelayanan yang didapatkannya (Firmansyah, 2019).

## 1.7 Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

## 1.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu penjelasan perilaku, fenomena, atau kendala tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Hipotesis adalah penyertaan penelitian tentang hubungan antara variabel-variabel serta merupakan pernyataan yang paling spesifik. Hipotesis penelitian merupakan jawaban awal atau kesimpulan sementara hubungan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen sebelum dilakukannya penelitian dan harus dibuktikan melalui penelitian.

- H<sub>1</sub>** : *Brand Image* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan.
- H<sub>2</sub>** : *Brand Trust* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan.
- H<sub>3</sub>** : *Brand Image* dan *Brand Trust* Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan.
- H<sub>4</sub>** : *Brand Image* Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan.
- H<sub>5</sub>** : *Brand Trust* Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan.
- H<sub>6</sub>** : Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan.
- H<sub>7</sub>** : *Brand Image*, *Brand Trust* dan Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan.
- H<sub>8</sub>** : Kepuasan Pelanggan Mampu Memediasi Pengaruh *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan.
- H<sub>9</sub>** : Kepuasan Pelanggan Mampu Memediasi Pengaruh *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Asuransi Jiwa Sequis Life Branch Polonia Medan.