

BAB 1

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Produk seperti asuransi memiliki beberapa kegunaan yang membantu masyarakat, komunitas, dan bisnis untuk bertahan hidup. Asuransi kesehatan merupakan salah satu asuransi yang masuk dalam penelitian ini. Tujuan dari asuransi kesehatan adalah untuk memastikan bahwa pemegang polis akan mendapatkan kompensasi atas segala biaya pengobatan, termasuk yang berkaitan dengan rawat inap di rumah sakit, operasi, dan obat resep. Ini adalah peran besar dalam masyarakat dan sesuatu yang sangat penting. Sayangnya, meskipun masyarakat sadar akan pentingnya asuransi dan keberadaannya, mereka jarang berupaya untuk mendapatkan asuransi yang memadai untuk memenuhi kebutuhan mereka. Banyak orang beranggapan bahwa memperoleh perlindungan asuransi adalah proses yang sulit. Ketidakpastian ini berarti bahwa jika asuransi tidak dipromosikan, maka tuntutan masyarakat akan perlindungan terhadap kerugian moneter tidak akan terpenuhi.

PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia merupakan pesaing di sektor bisnis Indonesia, menawarkan layanan di bidang manajemen aset dan layanan asuransi. Keluarga diberikan keamanan oleh PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia berupa jaminan tunai apabila pemegang polis menderita penyakit kritis atau meninggal dunia, yang sewaktu-waktu dapat terjadi. Dengan kemampuan atau keahliannya, PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

**Tabel I.1 Loyalitas Pelanggan PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia di Medan
Tahun 2018-2022**

Tahun	Jumlah Pelanggan	Selisih Jumlah Pelanggan	Persentase Selisih Jumlah Pelanggan
2018	1.860	-	-
2019	1.754	-106	-5,70%
2020	1.620	-134	-7,64%
2021	1.360	-260	-16,05%
2022	1.116	-244	-17,94%

Sumber : PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia, 2023

Data di atas disebabkan PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia bukan pilihan pelanggan dalam membeli polis asuransi kesehatan dan pelanggan belum bersedia untuk memberikan rekomendasi PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia untuk pihak lain yang membeli polis asuransi kesehatan.

Rendahnya Loyalitas Pelanggan disebabkan oleh rendahnya Kepuasan Pelanggan. Kepuasan pelanggan sebagai ungkapan rasa dari seseorang terhadap kesesuaian hasil kinerja dan harapan. Dari Tabel I.1 loyalitas pelanggan menurun diduga karena pelayanan yang dilakukan karyawan masih kurang baik dan maksimal seperti karyawan tidak memberikan reaksi cepat atau tanggap terhadap pelanggan yang ingin mengajukan klaim kesehatan di salah satu rumah sakit sehingga pelanggan meragukan PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia sebagai pilihan pertama dalam memberikan asuransi kesehatan. Sealin itu pelanggan merasa harga pembelian polis asuransi kesehatan masih belum sesuai dengan pelayanan yang diberikan PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia seperti penyediaan asuransi kesehatan yang masih terbatas hanya bisa digunakan di rumah sakit tertentu.

Loyalitas pelanggan juga bisa diakibatkan oleh kepercayaan. Kepercayaan timbul dengan adanya keterikatan antara satu pihak dengan pihak lain. Berdasarkan Tabel I.1 diketahui kepercayaan pelanggan terhadap PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia masih rendah, karena pelanggan belum yakin PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia dapat memberikan pelayanan maksimal sesuai dengan keinginan pelanggan dikarenakan karyawan masih belum tanggap apabila melayani proses pencairan dana asuransi kesehatan untuk membayar biaya rumah sakit dan pelanggan belum yakin karyawan yang bekerja di PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia memiliki kejujuran dalam menepati janji dalam hal memberikan biaya kesehatan sesuai harapan pelanggan

Kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dalam sebuah perusahaan, pelayanan sebagai unsur yang terpenting bagi pelaksanaan operasional perusahaan. Kualitas pelayanan adalah upaya memenuhi kebutuhan pelanggan melalui kinerja perusahaan dan harapan pelanggan. Dari data Tabel I.1, masalah kualitas pelayanan dapat dilihat dari kinerja perusahaan terlihat bahwa PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia belum sungguh-sungguh melayani pelanggan dalam hal pengajuan klaim asuransi kesehatan sehingga sering terjadi keterlambatan penyelesaian klaim asuransi kesehatan. Dan PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia belum memiliki karyawan yang sigap dalam membantu masalah proses pencairan dana asuransi kesehatan sehingga proses penanganan klaim asuransi kesehatan menjadi bertele-tele.

Penjelasan di atas menimbulkan adanya ketertarikan peneliti untuk meneliti “**Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Membeli Asuransi Kesehatan Pada PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia”**.

I.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Membeli Asuransi Kesehatan Pada PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Membeli Asuransi Kesehatan Pada PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Membeli Asuransi Kesehatan Pada PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Membeli Asuransi Kesehatan Pada PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia?

I.3 Tujuan Masalah

1. Untuk menguji pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Membeli Asuransi Kesehatan Pada PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia
2. Untuk menguji pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Membeli Asuransi Kesehatan Pada PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia
3. Untuk menguji pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Membeli Asuransi Kesehatan Pada PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia
4. Untuk menguji pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Membeli Asuransi Kesehatan Pada PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia

I.4 Landasan Teori

I.4.1 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan dinilai dibangun atas dasar kebahagiaan pelanggan, seperti yang diungkapkan oleh Siregar (2019:3), karena konsumen yang bahagia akan lebih cenderung memanfaatkan jasa atau produk yang telah dibeli dan digunakan kembali.

Pelanggan akan bertahan pada suatu merek apabila mereka senang dengan pelayanan atau produknya, menurut Pamungkas (2019:42). Perusahaan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan karena konsumen yang senang merujuk bisnis ke perusahaan, dan pelanggan setia memberikan keuntungan bagi perusahaan.

I.4.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Supertini, Telagawati, dan Yulianthini (2020:63) berpendapat bahwa kemampuan perusahaan dalam mengelola unit bisnisnya dengan kepercayaan yang lebih besar akan menyebabkan peningkatan loyalitas pelanggan. Sebab, kredibilitas suatu perusahaan jika diperkuat dengan kejujurannya akan berdampak positif dan menumbuhkan loyalitas pelanggan.

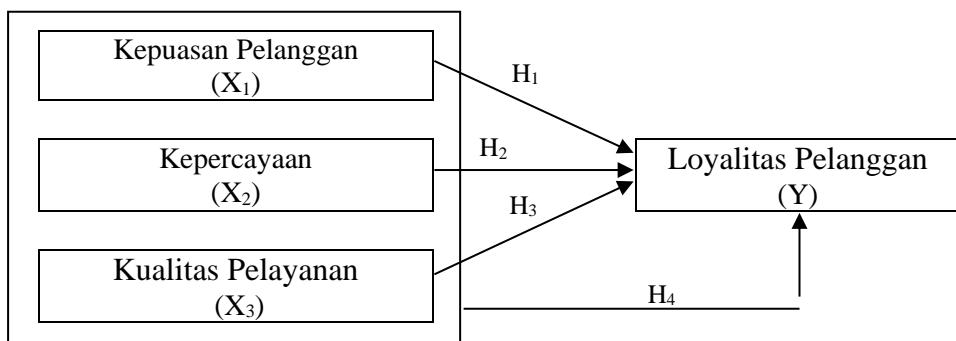
Menurut Fakhrudin (2020:106), pembelian berkelanjutan dalam jangka waktu lama dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan yang tinggi. Sebaliknya konsumen yang kurang percaya pada suatu merek biasanya merasa tidak puas dan beralih ke merek lain.

I.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Bara & Prawitowati (2020:40) menyatakan bahwa ketika konsumen menerima layanan berkualitas tinggi di semua dimensi kualitas layanan, opini mereka terhadap merek meningkat, dan mereka mungkin berpikir untuk menggunakan layanan tersebut lagi atau merujuknya kepada orang lain. Loyalitas pelanggan berkorelasi positif dengan kualitas layanan, artinya kualitas layanan yang lebih tinggi akan menghasilkan lebih banyak pelanggan setia terhadap bisnis atau merek tersebut.

Menurut Albani dan Hafasnuddin (2022:321), konsumen akan merasa puas apabila kualitas pelayanan sesuai dengan harapannya, dan akan lebih besar kemungkinannya untuk tetap membeli barang yang disediakan.

I.5 Kerangka Konseptual



Gambar I.1
Kerangka Konseptual

I.6 Hipotesis Penelitian

H₁ : Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Membeli Asuransi Kesehatan Pada PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia

- H₂ : Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Membeli Asuransi Kesehatan Pada PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia
- H₃ : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Membeli Asuransi Kesehatan Pada PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia
- H₄ : Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Membeli Asuransi Kesehatan Pada PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia