PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA JASA ASURANSI (KASUS PADA PT.ASURANSI BSAM CABANG PEKANBARU)

DESI SUCI UTARI
Email :suci.utari15@gmail.com
Pembimbing : Endang Sutrisna

Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Program Studi Ilmu Administrasi FISIP Universitas Riau
Kampus bina widya jl.H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of the Corporate Reputation on Customer Loyalty of PT Insurance BSAM branch Pekanbaru.corporate reputation as an independent variable (X).while costumer loyality as the dependent variable (Y). study was conducted on customer Non Captive in PT.Insurance BSAM Branch Pekanbaru by 99 people.

Data obtained from the questionnaire and further processed and tested using statistical analysis such as simple regression analysis , t test, correlation analysis and determination using SPSS program.

The results showed that the test results of hypothesis testing. t_{count}*(22.558)* $>t_{table}$ *(1.66071). This suggest that the corporate reputation affect the costumer loyality. The magnitude of the corporate reputation on costumer loyality in PT.Insurance BSAM Branch Pekanbaru is 84%.*

Keyword:the company reputation and costumer loyality

PENDAHULUAN

Dalam perusahaan jasa nasabah merupakan aset berharga yang harus dipertahankan , karna tanpa adanya nasabah sulit bagi perusahaan untuk bertahan dan berkembang.perusahaan harus memberikan pelayanan yang maksimal agar nasabah bertahan dengan perusahaan .nasabah memegang peran penting dalam perkembangan dan pertumbuhan perusahaan tersebut

Asuransi adalah salah satu bisnis yang memberikan layanan jasa kepada para penggunanya. Sebagaimana bisnis lainnya yang bergerak dalam industri jasa , asuransi yang beroperasi atas dasar kepercayaan juga dituntut untuk menunjukkan kinerja , reputasi , dan pelayanan yang maksimal. Oleh karena itu asuransi sebagai entitas bisnis yang bergerak dalam bidang industri jasa harus berorientasi pada kepuasan nasabahnya,kepuasan yang didapatkan nasabah akan membuat nasabah loyal karena loyalitas nasabah merupakan salah satu basis bagi keberlangsungan hidup dan perkembangan bisnis asuransi itu sendiri.

PT.Asuransi Bringin Sejahtera Artamakmur merupakan salah satu perusahaan yang berkembang pesat dan mampu bersaing dengan perusahaan asuransi lainnya yang lebih dulu berdiri. Nasabah pada perusahaan ini ada yang dari Pihak Bank BRI sebagai mitra dari perusahaan tetapi untuk mengatasi berbagai macam resiko kerugian seperti bangkrut nya pihak Bank perusahaan juga menantisipasi dengan mempunyai nasabah diuar Pihak Bank BRI.nasabah yang diluar pihak Bank BRI ini dinamakan *non captive* /pos umum .tapi tidak semua jenis asuransi yang diluar pihak bank BRI dikarenakan perusahaan-perusahaan sudah secara otomatis harus menggunakan asuransi Bringin.untuk mengukur reputasi perusahaan peneliti hanya mengambil objek penelitinya nasabah *non captive* atau yang tidak dari pihak bank BRI itu sendiri.

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah : Untuk mengetahui reputasi perusahaan pada PT.Asuransi Bringin Sejahtera Artamakmur Cabang Pekanbaru. Untuk mengetahui loyalitas nasabah pada PT.Asuransi Bringin Sejahtera Artamakmur Cabang Pekanbaru. Untuk mengetahui pengaruh reputasi perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT.Asuransi Bringin Sejahtera Artamakmur Cabang Pekanbaru.

Telaah pustaka

Reputasi Perusahaan

Fombrun dan Riel (dalam Folley,2006:25) reputasi adalah faktor penyumbang penting bagi keputusan belanja konsumen.**Folley (2006 : 199)** reputasi adalah berbagai persepsi keseluruhan terhadap perusahaan , brand , produk , atau jasa yang dipegang oleh *stakeholder* diluar perusahaan.

Reputasi perusahaan **Andreassen T. W (dalam MBC UP)** menjelaskan lebih rinci bahwa ada kaitannya antara reputasi perusahaan dengan kepuasan konsumen dan kesetiaan konsumen/ loyalitas konsumen, yang lebih jauh di definisikan sebagai berikut *"corporate reputation is the attitude towards the service provider or brand, and is established and developed in the customers mind through communication and experience. When customers are satisfied with the services rendered, their attitude toward the company is improved".* reputasi perusahaan adalah sikap terhadap penyedia layanan atau merek, dan didirikan dan dikembangkan dalam pikiran pelanggan melalui komunikasi dan pengalaman. Ketika pelanggan puas dengan layanan yang diberikan, sikap mereka terhadap perusahaan meningkat .

Adapun beberapa hal untuk mengukur reputasi perusahaan adalah sebagai berikut :

1. *Performance* (kinerja): persepsi mengenai hasil dan prospek keuangan perusahaan.
2. *Workplace* (tempat kerja): persepsi terhadap lingkungan kerja di perusahaan tersebut dengan kualitas karyawannya

3. *Product* (produk): persepsi terhadap kualitas harga dari produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
4. *Leadership* (kepemimpinan): persepsi terhadap seberapa baik perusahaan itu dipimpin**.(Folley & Kendrik 2006)**

Loyalitas Nasabah

Barnes (2003 : 33) loyalitas konsumen adalah konsep yang subyektif , konsep yang paling baik didefenisikan oleh pelanggan itu sendiri.tentu saja ada tingkatan- tingkatan loyalitas .beberapa pelanggan lebih loyal daripada yang lain , dan pelanggan lebih loyal pada beberapa perusahaan dan lebih dari satu perusahaan.

Griffin (2002) *customer loyalty is deefly held commitment to rebuy or repatnorize a preferred product or service consistenly in future , despite situasional influences and marketing effort having the potential to cause switching behavior* . Dari defenisi tersebut dapat didefenisikan loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih sebagai sikap konsisten dimasa yang akan datang meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan prilaku.

Loyalitas pelanggan merupakan ukuran yang dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan juga layalitas pelanggan dapat didefenisikan berdasarkan prilaku pembelian yang konsisten **(Griffin , 2002).**

Berikut adalah karakteristik dari loyalitas konsumen

1) Melakukan pembelian berulang secara teratur.Konsumen melakukan pembelian secara *continue* pada suatu produk tertentu .
2) Membeli antar lini produk atau jasa (*purchase acros product and service lines*).Konsumen tidak hanya membeli jasa dan produk utama tetapi konsumen juga membeli lini produk dan ajsa dari perusahaan yang sama
3) Merefrensikan kepada orang lain *(refers other*).Dimana konsumen melakukan komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) berkenaan dengan produk tersebut.
4) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dan pesaing *(demonstrates an immunity to the full the competition).*Konsumen menolak untuk menggunakan produk atau ajsa alternatif yang ditawarkan oleh pesaing

Metode penelitian

Penelitian dilaksanakan di wilayah Pekanbaru dengan objek penelitian yaitu PT.Asuransi BSAM Cabang Pekanbaru yang berlokasi di Komp.Sudirman *City Square* Blok C-08, Pekanbaru.

Populasi diambil adalah seluruh nasabah *non captive* pada PT.Asuransi BSAN Cabang Pekanbaru yang berjumlah 7971 orang nasabah *non captive* .Dan jumlah sampel sebanyak 99 responden, penentuan jumah sampel menggunakan rumus Slovin, Teknik pengambilan sampel Menggunakan metode *Purposive sampling*.

Data yang diambil dalam penelitian ini adalah jenis data primer dan sekunder. Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data, adalah sebagai berikut :

a. Wawancara
b. Kuesioner

Analisis data

Analisi data yang digunakan oleh peneliti menggunakan :

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu mengemukakan data yang masuk dengan caradi kelompokkan dalam bentuk tabel, kemudian diberi penjelasan sesuai dengan metode deskriptif.

Analisis kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang berhubungan dengan perhitungan statistik.dalam penelitian analisis kuantitatif dengan perhitungan statistik dicari dengan program SPSS.

Regresi Linier Sederhana

Sedangkan untuk memperkuat analisis deskriptif dan analisis kuantitatif (statistik) tersebut penulis menggunakan metode regresi linier sederhana.

untuk menganalisa koefisien dan korelasi linier sederhana (r) atau untuk melihat hubungan keduanya dilihat dengan rumus :

$$r = \frac{n \sum XY - (\Sigma X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2) - (\sum X^2)} \cdot \sqrt{(n \sum Y^2) - (\sum Y^2)}}$$

(Sugiyono, 2000)

Uji validitas

Uji validitas merupakan pernyataan sejauh mana data yang dirampung pada suatu kuesioner dapat mengukur apa yang ingin diukur dan digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar kuesioner dalam mendefinisikan suatu variabel. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari *corrected item* – total *correlation* masing-masing pertanyaan. Suatu pertanyaan dinyatakan valid jika r hitung > r tabel. Maka item pertanyaan tersebut valid **(Riduwan & Sunarto,2007**

Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.Penentuan realibel atau tidaknya suatu instrument penelitian dapat dilihat dari nilai alpha dan r tabel nya. Apabila nilai cronbach alpha > r tabel maka instrument penelitian tersebut dikatakan reliabel, artinya alat ukur yang digunakan adalah benar.realibilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60 **(Riduwan & Sunarto,2007).**

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi r^2 pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terkait.Koefisien determinasi mempunyai range antara 0 sampai ($0 < r^2 < 1$).

Semakin besar nilai (mendekati 1) maka berarti pengaruh variabel bebas secara serentak dianggap kuat dan apabila (r^2) mendekati nol (0) maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serentak adalah lemah.

Rumus :

$$r^2 = \frac{b(n\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}$$

UjiSignifikasi Individu- t

uji t ini dimaksudan untuk membuktikan kebenaran hipotesis penelitian bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel x (reputasi perusahaan) dengan variabel y (loyalitas nasabah) . **(Umar , 2002)**

adapun rumus hipotesis statistiknya adalah :

Ha (alternatif) : $t_{hitung} > t_{tabel}$

Ho (nol) : $t_{tabel} > t_{tabel}$

Dimana :

Ha : Ada pengaruh reputasi perusahaan terhadap loyalitas Nasabah.

Ho : Tidak ada pengaruh reputasi perusahaan terhadap loyalitas Nasabah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel.Jika r hitung ≥ r tabel maka alat ukur yang digunakan dinyatakan valid dan sebaliknya, jika r hitung < r tabel maka alat ukur yang digunakan tidak valid.Diketahui untuk nilai dalam penelitian ini adalah sebesar .1663 .Diketahui nilai r hitung seluruh item pernyataan variabel ≥ .1663.Artinya adalah seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

Tabel

Hasil Uji Validitas Kuesioner Pada Variabel Reputasi Perusahaan (X)

Item Pernyataan	*Corrected Item-Total Correlation*	R tabel	Keterangan
RP1	.610	.1663	Valid
RP2	.693	.1663	Valid
RP3	.501	.1663	Valid
RP4	.582	.1663	Valid
RP5	.593	.1663	Valid
RP6	.679	.1663	Valid
RP7	.517	.1663	Valid
RP8	.611	.1663	Valid
RP9	.485	.1663	Valid
RP10	.679	.1663	Valid
RP11	.529	.1663	Valid
RP12	.394	.1663	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS, 2015

Selanjutnya uji validitas terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) terhadap 99 responden yaitu sebagai berikut :

Tabel
Hasil Uji Validitas Kuisioner pada Variabel loyalitas nasabah (Y)

Item Pernyataan	*Corrected Item-Total Correlation*	R tabel	Keterangan
LY1	.443	.1663	Valid
LY2	.637	.1663	Valid
LY3	.488	.1663	Valid
LY4	.523	.1663	Valid
LY5	.531	.1663	Valid
LY6	.435	.1663	Valid

Sumber : Data olahan SPSS, 2015

Dari tabel dapat dilihat bahwa semua item pernyataan pada variabel Loyalitas nasabah (Y) memiliki nilai *Corrected Item-TotalCorrelation* lebih besar dari nilai *r tabel product moment* sebesar .1663.Hal ini berarti bahwa 6 item pernyataan pada variabel Loyalitas nasabah (Y) dinyatakan valid

Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, dilakukan juga uji reliabilitas kepada keseluruhan sampel yang berjumlah 99 responden. Uji reliabilitas dilakukan pada item pernyataan yang telah valid. Teknik untuk menguji reliabilitas instrument yaitu dengan menggunakan metode *cronbach's alpha.* Dengan realibilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari .60

Adapun hasil uji reliabilitas terhadap 99 responden dapat bahwa variabel Reputasi perusahaan (X) dan variabel loyalitas nasabah (Y) memiliki nilai *cronbach's alpha* diatas .60. Untuk variabel reputasi perusahaan (X) nilai cronbach's alpha sebesar .879 dan dinilai baik sedangkan untuk variabel loyalitas nasabah (Y) nilai cronbach's alpha sebesar .765 dan dinilai dapat diterima.
Hal ini bahwa variabel X dan Y tersebut, telah memenuhi kriteria nilai batas dan dapat dinyatakan reliable serta layak untuk disebarkan kepada responden guna penelitian.

Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Reputasi perusahaan terhadap Loyalitas nasabah pada PT.Asuransi BSAM Cabang Pekanbaru digunakan analisis statistik dengan bantuan program SPSS. Dari hasil perhitungan analisis sederhana dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut :

Persamaan regresi linear sederhana :

$$Y = a + bX$$
$$Y = 1.517 + .468X$$

Keterangan :
Y = Loyalitas Nasabah
a = Konstanta
b = Koefisien regresi variabel dependen
X = Reputasi Perusahaan

Loyalitas Nasabah = 1.517 + .468 Reputasi Perusahaan

Arti angka-angka dalam persamaan regresi diatas:

a. Nilai Konstanta (a) sebesar 1.517 Artinya adalah apabila Reputasi Perusahaan diasumsikan nol (0), maka Loyalitas nasabh bernilai .468.
b. Nilai koefisien regresi Reputasi perusahaan sebesar .468 , Artinya adalah bahwa setiap Reputasi Perusahaan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan Loyalitas nasabah sebesar .468.

Koefisien Determinasi (r2)

Uji ini dilakukan untuk melihat seberapa besar persentase reputasi perusahaan terhadap loyalitas nasabah.pengukurannya adalah dengan menghitung angka koefisien determinasi (r2). Diketahui nilai R Square sebesar .840 Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja adalah sebesar 84 %. Sedangkan sisanya 16% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji Signifikasi Individu (Uji-t)

Uji t ini merupakan pengujian secara parsial hipotesis tentang parameter koefisien regresi yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel indepen mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variabel dependen dengan level signifikan 5% (2-tailed) .diketahui t tabel 1.66071

Berdasarkan hasil pembahasan diatas dapat terbukti bahwa hipotesis secara alternatif dapat diterima Loyalitas Nasabah pada PT.Asuransi BSAM Cabang Pekanbaru Pekanbaru dipengaruhi oleh Reputasi Perusahaan. Dengan demikian diketahui t hitung (22.558 > t tabel (1.66071) dan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya adalah bahwa Reputasi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.Hal tersebut menyatakan bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel tersebut berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT.Asuransi BSAM Cabang Pekanbaru.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilandasi dengan kajian teori dan perumusan masalah yang telah dibahas, selanjutnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari item pernyataan indikator Reputasi perusahaan *Workplace,Product,Leadership dan Performance*, yang mana Reputasi perusahaan yang ada pada PT.Asuransi BSAM Cabang Pekanbaru dapat dirasakan positif oleh Nasabah PT.Asuransi BSAM Cabang Pekanbaru. Artinya Reputasi Perusahaan yang ada pada PT.Asurasi BSAM cabang Pekanbaru dapat diterima oleh nasabah
2. Dari empat indikator Loyalitas Nasabah, yang mana Loyalitas Nasabah pada PT.Asuransi BSAM Cabang Pekanbaru mempunyai Loyalitas yang positif. Artinya sikap atau kriteria terhadap keempat indikator loyaliats nasabah sudah baik.Karena dengan semakin meningkatnya reputasi perusahaan maka semakin baik lagi progres perusahaan
3. Setelah dilakukan pengujian korelasi, diketahui bahwa reputasi perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan dengan loyalitas nasabah pada PT.Asuransi BSAM Cabang Pekanbaru. Melalui pengujian uji-t, juga dapat disimpulkan hipotesis penelitian ini bahwa Reputasi perusahaan dalam keempat indikatornya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan meningkatkan reputasi perusahaan lebih baik lagi , maka kepuasan kerja juga akan meningkat.

B. Saran

Dari hasil penelitian, ada beberapa saran yang dapat dikemukakan menyangkut reputasi perusahaan dengan loyalitas ansabah PT.Asuransi BSAM Cabang Pekanbaru yang dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi perusahaan dimasa yang akan datang. Adapun saran-

saran dari penulis yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel lain di luar variabel yang telah diteliti ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariatif yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
2. Perusahaan harus mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan reputasi perusahaannya,supay anasabah mempertahankan loyalitasnya. Perlu untuk disadari bahwa mempertahankan pelanggan jauh lebih baik dan menguntungkan dibanding mencari konsumen nasabah baru untuk dijadikan pelanggan, oleh karenanya perusahaan perlu untuk lebih memerhatikan layanan terhadap nasabahnya.
3. Loyalitas nasabah pada PT.Asuransi BSAM Cabang Pekanbaru sudah positif. Namun masih ada beberapa hal seperti produk asuransi pada perusahaan hanya 4 yang diperuntuhkan untuk nasabah *non captive*. akan lebih baik untuk kedepannya jika semua produk asuransi yang ditawarkan perusahaan juga bisa dinikmati oleh nasabah yang menginginkannya dan akan memberikan dampak dan pendapatan yang baik bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Andreassen, Tore Wallin.1994. *Satisfaction, Loyalty, and Reputation as Indicators of Customer Orientation in the Public Sector, International Journal of Public Sector Management.* Vol. 7(2), pp.16-34, *MCB University Press*

Barnes,James G.2003.*Secrets Of Customer Relationship Management* (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan),Andi:Jakarta

Folley,John &Kendrick,Julie.2006.*Balanced Brand*. Strategi memenangkan pasar dengan menyeimbangkan kekuatan brand dan reputasi perusahaan.Terjemahan Oleh Arfan Achihar.Transmedia:Jakarta

Griffin , jil1.2002.*Customer Loyality*.Edisi Revisi dan Terbaru . Terjemahan Oleh Dwi Kartini Yahya. Erlangga:Jakarta

Riduwan & Sunarto,H. 2007. *Pengantar Statiska*.Bandung:Alfabeta.

Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta.

Umar,Husein. 2002. Metode Riset Bisnis (Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntans.Jakarta: