

**CITRA ASURANSI MOBIL, KEPUASAN DAN
LOYALITAS PELANGGAN STUDI PADA ASURANSI
GARDA OTO YOGYAKARTA**



Oleh:

ANGGRAHENI KRISNOWATI

20000410280

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2006

**CITRA ASURANSI MOBIL, KEPUASAN DAN
LOYALITAS PELANGGAN STUDI PADA ASURANSI
GARDA OTO YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh:

ANGGRAHENI KRISNOWATI

20000410280

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2006

**CITRA ASURANSI MOBIL, KEPUASAN DAN
LOYALITAS PELANGGAN STUDI PADA ASURANSI
GARDA OTO YOGYAKARTA**

Diajukan oleh

ANGGRAHENI KRISNOWATI



Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Siti Dyah Handayani', written over a faint circular stamp.

Dra. Siti Dyah Handayani, M.M.

NIK : 143012

Tanggal : 02 - 08 - 06

SKRIPSI

CITRA ASURANSI MOBIL, KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
STUDI PADA ASURANSI GARDA OTO YOGYAKARTA

Diajukan Oleh


ANGGRAHANI KRISNOWATI

20000410280

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tahun 2006

Yang terdiri dari



Indah Fatmawati, S.E., M.Si.

Ketua Tim Penguji



Dra. Siti Dyah Handayani, M.M.

Anggota Tim Penguji



Meika Kurnia P, S.E., M.Si

Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Misbahul Anwar, S.E., M.Si.

NIK : 143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 27 Juli 2006

ANGGRAHENI KRISNOWATI

MOTTO

- *Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.*

(Ar-Ra'ad 11)

- *Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui.*

(Al-Baqarah 216)

Kupersembahkan kepada :

Bapak, Ibu dan adikku tercinta

PERSEMBAHAN

Tuhan-ku Allah SWT, dengan kasih sayang dan Rhido-Mu, hamba dapat menyelesaikan proses pencapaian cita-cita.

Junjungan-ku Nabi Muhammad SAW, dengan cinta, pengorbanan, dan kesabaran, menjadi tolak ukur untukku menjalani kehidupan.

Yang tercinta kedua orang tua-ku yang selalu mendoakan dalam setiap langkahku, yang memperjuangkan segalanya untuk-ku, tanpa mengharapkan balasan apapun. Selain menjadikan-ku seorang yang berakhlak dan berilmu.

Yang terkasih adik-ku “Aga, Abraham dan Annida” terima kasih atas dorongan dan semangatnya. Jadilah anak yang bagi agama, orang tua, bangsa dan Negara.
“Don't never give up”

Yang tersayang “ Riefky” Tank's for love and everything.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang Citra Asuransi Mobil, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Adapun untuk variabel citra terdiri dari tujuh dimensi, yaitu citra terhadap reputasi yang bagus dimasyarakat, citra Garda Oto merupakan perusahaan asuransi yang sudah dikenal masyarakat luas, citra Garda Oto yang bekerja sama dengan bengkel-bengkel terkenal, citra terhadap pelayanan cepat dan responsif, citra terhadap rasa aman yang memiliki polis asuransi Garda oto, citra terhadap para agen Garda Oto yang memberikan perhatian khusus pada masing-masing *customer*, citra terhadap kantor dan ruang pelayanan Garda Oto yang nyaman. Variabel kepuasan terdiri dari tiga dimensi, yaitu kepuasan terhadap sikap dan kesediaan para agen mempermudah administrasi dan permohonan asuransi, kepuasan terhadap jaminan perlindungan yang diberikan pada pemegang polis atas kejadian-kejadian tertentu sesuai dengan perjanjian asuransi, kepuasan terhadap kinerja Garda Oto. Dan loyalitas pelanggan terdiri dari lima dimensi, yaitu kemauan melanjutkan hubungan dengan asuransi tersebut, kemauan merekomendasi, kemauan untuk memberikan pendapat yang positif, kemauan mendorong orang lain untuk menggunakan jasa tersebut, kemudahan untuk berpindah ke merk lain. Sampel ini terdiri dari 75 responden. Pengumpulan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Pengujian dilakukan dengan analisis regresi berganda. Penelitian yang dilakukan pada citra asuransi Garda Oto, kepuasan dan loyalitas pelanggan menunjukkan pengaruh yang positif. Penemuan ini mendukung teori sebelumnya bahwa citra dan kepuasan merupakan dua prediktor penting bagi loyalitas pelanggan.

Kata kunci: citra, kepuasan, loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

This research aims to know insurance image of mobile, satisfaction and customer loyalties. As for the variable of image consist of seven dimensions. Image to good reputation in society, image of Garda Oto is a company of insurance that have been well known by wide of society. Image of Garda Oto which have been cooperate with famous workshop, image to service quickly and responsive, image to safety have insurance policy of Garda Oto, image to agencies of Garda oto which giving special attention to each customer, image to room and office service of Garda Oto is comfort. Satisfaction variable consist of three dimension that is satisfaction to attitude and readiness of agencies that facilitate administration and application of insurance, satisfaction to protection guarantee is giving to policyholder of certain event according to agreement of insurance, satisfaction to performance of Garda Oto. And customer loyalties consist of five dimensions that is willingness to continue relation with that insurance, willingness to recommend, willingness to give an opinion which are positive, willingness to motivate the others to use the service, amenity to make a move other mark. This sample consist of 75 respondent, gathering of garbage use purposive sampling methode. Examination is conducted with analysis of double regression. Research is conducted at insurance image of Garda Oto, satisfaction and loyalties customer show influence, which are positive. This invention support previous theory that satisfaction and image are two important predictor for customer loyalties.

Keyword: image, satisfaction, customer loyalties.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, anugrah, hidayah dan karunia tiada terkira sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “ **Citra Asuransi Mobil, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Studi Pada Asuransi Garda Oto Yogyakarta**” dengan baik sekalipun berbagai rintangan menyertainya. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dengan ajaran pencerahan, serta doa dan safa'atnya yang kita semua harapkan di akhirat kelak.

Dalam penusunan skripsi ini ditemui kendala dan kesulitan sehingga penulis menyadari masih banyak kekurangan, baik dalam penyajian maupun bentuk disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki, akan tetapi dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak DR. Khoirudin Bashori selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Misbachul Anwar, S.E., selaku Dekan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dra. Siti Dyah Handayani, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan serta petunjuk kepada penulis dalam penulisan skripsi.

4. Pihak Garda Oto Yogyakarta yang telah memberikan izin atas penelitian skripsi.
5. Terima kasih sahabatku Rita, Indah, Mba Anna, Finna, Yuli, Ike, Tia.
6. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga amal dan kebaikan dan segala bimbingan serta bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan pahala dari Allah SWT.

Akhirnya, penulis menyadari tidak ada kesempurnaan pada diri manusia, karena kesempurnaan hanya milik Allah. Penulis berharap karya kecil ini bermanfaat bagi kita semua. Amiin.....

Yogyakarta, 27 Juli 2006

Penulis

Anggraheni Krisnowati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	I
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Pengertian Pemasaran.....	6
2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
3. Konsep Pemasaran.....	8

	4. Sistem dan Lingkup Pemasaran.....	10
	5. Strategi Pemasaran.....	12
	6. Pengertian Citra.....	16
	7. Pengertian Kepuasan.....	17
	8. Pengertian Loyalitas.....	18
	B. Penelitian Terdahulu.....	20
	C. Hipotesis.....	21
	D. Model Penelitian.....	21
BAB III	METODE PENELITIAN.....	23
	A. Objek dan Subjek Penelitian.....	23
	B. Teknik Pengambilan sampel.....	23
	C. Jenis Data.....	23
	D. Teknik Pengumpulan Data.....	24
	E. Instrumen Penelitian dan Pengukurannya.....	24
	F. Uji Kevalidan Data.....	26
	G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	27
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	30
	B. Gambaran Umum Responden Penelitian.....	33
	C. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Penelitian.....	36
	D. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Penelitian.....	37
	E. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	39
	F. Pembahasan.....	46

BAB V	SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....	50
	A. Simpulan.....	50
	B. Saran.....	51
	C. Keterbatasan Penelitian.....	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1	: Operasional Konstrak dan Indikator Penelitian.....	25
TABEL 3.2	: Pengukuran Variabel Penelitian.....	26
TABEL 4.1	: Rincian Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner.....	34
TABEL 4.2	: Profil Responden Penelitian.....	35
TABEL 4.3	: Pengujian Deskriptif Variabel Penelitian.....	36
TABEL 4.4	: Hasil Uji Validitas Terhadap Citra Asuransi Garda Oto.....	37
TABEL 4.5	: Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.	38
TABEL 4.6	: Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan.	38
TABEL 4.7	: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Asuransi Garda Oto....	39
TABEL 4.8	: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	39
TABEL 4.9	: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	39
TABEL 4.10	: Hasil Regresi Citra dan Kepuasan Terhadap Loyalitas.....	40
TABEL 4.11	: Hasil F Hitung.....	42
TABEL 4.12	: Koefisien Determinasi.....	43
TABEL 4.13	: Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Untuk Variabel Citra Asuransi Garda Oto.....	44
TABEL 4.14	: Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Untuk Variabel Kepuasan Konsumen.....	45

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1: Model Penelitian.....	22
-----------------------------------	----