**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA PT. ASURANSI SINARMAS CABANG PALEMBANG**

**Marina1)*,* Lin Yan Syah2), Asmanita3)**

**1,2,3Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Darma Palembang**

**1Email:** **marinavirgo43@gmail.com**

**2Email:** **linyansyah@gmail.com**

**3Email:** **Asmanita.azza@binadarma.ac.id**

***Abstract***

*The variables of this study consisted of the independent variable is the quality of service, and the dependent variable is customer satisfaction. The research population is all employees and customers Sinarmas Insurance Branch Palembang, while the sample was taken in pairs (dyadic sampling) that is paired employees and customers of PT. Sinarmas Insurance Branch Palembang. Data collection techniques in this study using a questionnaire, while the data analysis technique using an average of the category. The results showed that the average level of customer satisfaction on the quality of services provided by PT. Insurance Sinarmas Palembang Branch of 3.86 are included in the category is quite satisfactory. In the Physical Evidence dimension is the dimension with the highest average is equal to 4:20 are included in the category satisfying. Dimension is the dimension with the lowest reliability that is equal to 3.60 are included in the category of less than satisfactory. Dimensions responsiveness with an average of 3.80 are included in the category was satisfactory, while the dimension and the dimension Empathy guarantee or Concern with an average of 3.84 each are included in the category is quite satisfactory.*

***Keywords****: Customer Satisfaction, Quality of Service*

**1. PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Perusahaan merupakan kesatuan teknis yang bertujuan menghasilkan barang atau jasa. Dengan adanya perusahaan, masyarakat dapat bekerja sesuai dengan fungsi yang dijalankan perusahaan. Perusahaan memiliki fungsi yang begitu besarnya kepada masyarakat sehingga perusahaan dapat dengan leluasa menjalankan aktifitasnya. Memang tujuan perusahaan didirikan adalah untuk menyediakan kebutuhan masyarakat, tetapi ada tujuan yang lebih penting mengapa perusahaan didirikan, yaitu mencari laba sebesar-besarnya, guna mencapai tujuan tersebut dengan berbagai cara sehingga akhirnya dapat berdampak negatif bagi lingkungannya.

Untuk tujuan perusahaan harus memperhatikan berbagai strategi, salah satunya adalah memperhatikan konsumen dengan memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik. Rendahnya kualitas pelayanan akan menempatkan perusahaan pada kerugian kompetitif, berpotensi menghilangkan nasabah yang tidak puas. Terlebih dibidang asuransi dimana nasabah asuransi merupakan para individu yang tidak bisa terpuaskan, meskipun asuransi mampu memberikan tingkat layanan dan klaim yang memuaskan.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa adalah PT. Asuransi Sinarmas. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 27 Mei 1985 dengan nama PT. Asuransi Kerugian Sinar Mas Dipta. Perusahaan  berubah nama menjadi PT. Asuransi Sinar Mas yang merupakan salah satu perusahaan asuransi umum terbesar di Indonesia. Sepanjang perjalanannya, ASM menunjukkan pertumbuhan yang berkesinambungan.

Sebagai perusahaan jasa, PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang tentu harus memperhatikan berbagai strategi khususnya untuk peningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan pada perusahaan asuransi sangat dibutuhkan oleh perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena perusahaan tersebut merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Oleh sebab itu, kepuasan nasabah menjadi aspek yang harus dipenuhi agar tidak mendapatkan kerugian dan tetap mengupayakan kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Supranto (2012:228), aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.

PT. Asuransi Sinarmas memiliki berbagai penghargaan dari prestasi yang dihasilkan. Dari penghargaan itu tentu perusahaan tersebut memiliki kualitas yang lebih baik dari perusahaan lain. Sebagai asumsi yang peneliti berikan adalah diberikannya kualitas pelayanan yang baik. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:180), menjelaskan bahwa “kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi (harapan) nasabah”.

Berdasarkan data yang diperoleh dari sistem di PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang ditemukan bahwa pada tahun 2012 jumlah nasabah PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang sebanyak 1.255 nasabah, sedangkan pada tahun 2013 jumlah nasabah mengalami penurunan menjadi sebanyak 1.189 nasabah. Pada tahun 2014 jumlah nasabah kembali meningkat sebanyak 1.578 nasabah.

Penurunan dan peningkatkan jumlah nasabah pada setiap tahun disebabkan oleh berbagai faktor. Asumsi yang peneliti ajukan adalah dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, akan meningkatkan nasabah perusahaan. Dengan kualitas pelayanan, kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai dengan ekspektasi nasabah. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan nasabah dan persepsi terhadap layanan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang”.

* 1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari pemikiran ini dan uraian latar belakang di atas maka permasalahan yang diambil adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan asuransi sinarmas yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan Empati atau kepedulian terhadap kepuasan nasabah?
2. Variabel kualitas pelayanan manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah?
	1. **Tujuan Penelitan**

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan asuransi sinarmas yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan Empati atau kepedulian terhadap kepuasan nasabah.
2. Untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah?
	1. **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.   Bagi Penulis

Sebagai wahana untuk mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama studi di Perguruan Tinggi dengan kasus-kasus nyata di dunia pelayanan jasa.

2.   Bagi Perusahaan

Hasil  penelitian ini  diharapkan dapat memberikan tambahan informasi sebagai    bahan pertimbangan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan strategis.

3.   Bagi Program Studi Manajemen

Dapat dijadikan pembanding untuk penelitian dalam tema yang sama dan sebagai bahan informasi untuk penelitian selanjutnya serta memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran.

4.   Bagi praktisi dan pihak lain yang terkait

Hasil penelitian dapat menunjukan gambaran mengenai pertimbangan sejauh mana layanan yang telah diterapkan sesuai dengan apa yang dipersepsikan, serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk dilaksanakannya penelitian selanjutnya.

**2. LANDASAN TEORI**

* 1. **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi (harapan) nasabah. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai dengan ekspektasi nasabah. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan nasabah (*expected service*) dan persepsi terhadap layanan (Tjiptono dan Chandra, 2011:180).

Supranto (2012:2) menjelaskan bahwa suatu praduk dikatakan berkualitas bagi seseorang kalau produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Pelayanan yang berkualitas menurut Valerie A. Zaithaml (dalam Lovenia, 2012) adalah kemampuan suatu perusahaan menyajikan atu memenuhi apa yang dijanjikan kepada nasabah.

Untuk memahami kualitas layanan, Valeria Zeithaml, A. Parasuraman dan Leonard Berry (dikutip dari Lovelock, Wirtz & Mussry, 2010:154) mengidentifikasikan kesenjangan potensial dalam perusahaan jasa yang dapat terjadi pada titik-titik yang berbeda selama mendesain dan menyajikan kinerja pelayanan, yaitu:

1. *Gap 1 – The Knowledge Gap* (Kesenjangan Pengetahuan)
2. *Gap 2 – The Police Gap* (Kesenjangan Kebijakan)
3. *Gap 3 – The Delivery Gap* (Kesenjangan Penyajian)
4. *Gab 4 – The Communication Gap* (Kesenjangan Komunikasi)
5. *Gap 5 – The Perceptions Gap* (Kesenjangan Persepsi)
6. Gap *6 – The Service Quality Gap* (Kesenjangan Kualitas Pelayanan)

Untuk mengukur kualitas layanan tersebut, A. Parasurtailing Volume 64 Number 1 Sprinaman, Valarie A. Zeithaaml dan Loenard L. Berry, dipublikasikan pada Journal Of Retailing Valume 64 Number 1 Spring 1988, menawarkan SERVQUAL sebagia instrumen pengukuran yang terdiri dari dimensi:

1. *Tangibles* (Penampilan unsur Fisik)
2. *Reliability* (Kinerja yang dapat diandalkan dan akurat)
3. *Responsiviness* (Kecepatan dan kegunaan)
4. *Assurance* (Kredibilitas, keamanan, kompetensi dan kesopanan)
5. *Emphaty* (akses mudah, komunikasi yang baik dan pemahaman nasabah)
	1. **Kepuasan Nasabah**

Kolter (2010:180) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang berasal dari perbandingan kesenangan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan – harapanya. Jika kinerja berada dibawah harapan, nasabah tidak puas. Hal ini dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan yaitu dapat menurunkan jumlah nasabah dan menyebabkan nasabah tidak tertarik lagi menggunakan jasa perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan nasabah yang merasa puas. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan beberapa manfaat antara lain, hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumen, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut *(word-of-mounth)* yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono dan Chandra, 2011:184). Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

1. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

1. Kualitas Layanan

Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

1. Emosional

Konsumen  akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

1. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

1. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

* 1. **Kerangka Pemikiran Teoritis**

Kualitas pelayanan yang baik sering dikatakan katakan sebagai salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu bisnis. Pelayanan yang berkualitas menurut adalah kemampuan suatu perusahaan menyajikan atu memenuhi apa yang dijanjikan kepada nasabah. Salah satu strategi sehubungan dengan sukses dalam bisnis jasa adalah *delivery of high service quality* (pemberian kualitas yang baik).

Dalam penelitian ini, pengukuran kualitas pelayanan peneliti adopsi dari Didalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, terdapat lima kriteria penentu kualitas pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2011) yang meliputi tangibles (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *responsiveness* (daya tanggap).

Berdasarkan teori yang dikemukakan diatas, maka pengembangan kerangka pikir dapat dilihat seperti dibawah ini:



**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir**

(Sumber: Pengolahan Tjiptono, 2011)

**3. METODOLOGI PENELITIAN**

* 1. **Jenis dan Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kuantitatif dimana proses penggalian informasi diwujudkan dalam bentuk angka-angka sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang diketahui. Penulis menggunakan jenis penelitian yang bersifat kuantitatif asosiatif, sebab dalam penelitian ini penulis ingin menggali lebih jauh tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasandah. Maka untuk mendeskripsikannya digunakan beberapa rumus statistik, sehingga penelitian ini dikenal dengan penelitian kuantitatif.

* 1. **Variabel Penelitian**

Menurut Arikunto (2010:118) menyatakan variabel penelitian merupakan objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Adapuan variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Variabel Bebas (X atau *independent*) adalah kualitas pelayanan yang meliputi: bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati atau kepedulian.
2. Variabel Terikat (Y atau *Dependent*) adalah kepuasan nasabah.
	1. **Jenis dan Sumber Data**

Data akan dikumpulkan pada saat penelitian berada dilapangan. Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi :

1. Data primer yang diperlukan mencakup data yang berkaitan dengan dimensi dan indikator masing-masing variabel. Pada penelitian ini data primer diperoleh melalui pengisian angket.
2. Data sekunder yang diperlukan antara lain gambaran umum dan data lainya yang diperlukan dalam penelitian ini sebagai acuan guna menganalisa dan mendeskripsikan keadaan yang berlangsung.
	1. **Populasi dan Sampel**
		1. **Populasi**

Arikunto (2010:115), mendefinisikan populasi adalah keseluruhan subjek dari penelitian. Dengan demikian, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan dan nasabah Asuransi Sinarmas Cabang Palembang yang mengansuransikan kendaraan bermotor di kota Palembang pada tahun 2015.

* + 1. **Sampel**

Penarikan sampel dari suatu populasi memiliki aturan atau teknik tersendiri. Dengan menggunakan teknik yang tepat memungkinkan peneliti dapat menarik data realbiel. Karena itu ketentuan-ketentuan dalam menarik sampel menjadi penting dalam setiap kegiatan penelitian ilmiah. Sugiyono (2012:91) menyatakan bahwa: “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi”. Menurut Margono (2010:121) “sampel adalah sebagai bagian dari populasi”. Menurut Arikunto (2010:134) “sampel adalah sebagian dari objek dan wakil yang diteliti”.

Sampel dalam penelitian diambil secara berpasangan (*Dyadic Sampling*) yaitu sampel berpasangan karyawan dan nasabah PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang dengan karakteritik sampel atau responden untuk karyawan yang memenuhi kriteria sebagai berikut.

* 1. Terdaftar sebagai pegawai PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang
	2. Lama berkerja minimal 5 tahun
	3. Sudah mengikuti pendidikan dan pelatihan, serta memiliki sertifikat tentang layanan prima
	4. Bertugas dan berada di semua bagian pelayanan
	5. Baru saja selesai memberikan layanan

Selain itu, karakteritik sampel atau responden untuk nasabah juga harus memenuhi kriteria sebagai berikut.

1. Terdaftar sebagai nasabah PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang
2. Lama menjadi nasabah minimal 1 tahun
3. Sudah pernah mendapatkan layanan minimal 2 kali
4. Bertugas dan berada di bagian pelayanan
5. Baru saja selesai menerima layanan
	1. **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, dimana pada angket tersebut terdapat sejumlah pertanyaan-pertanyaan beserta alternatif jawabannya dan responden memilih salah satu dari lima pilihan yang ada dengan cara memberikan tanda silang pada masing-masing jawaban yang dianggap paling benar. Peneliti memberikan pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab dengan menggunakan skala *likert*. Angket yang peneliti gunakan adalah angket tertutup dengan alternatif jawaban sangat setuju (SS), setuju (S), ragu-ragu (RG), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS).

* 1. **Teknik Analisa Data**

Pengujian akan dilakukan dengan analisis kualitatif. Adapun langkah-langkah yang dilakukan untuk data penelitian adalah sebagai berikut.

1. Menyebarkan angket kualitas pelayanan

2. Memeriksa jawaban angket

3. Merekapitulasi angket audit lingkungan

4. Membuat analisis rata-rata dan persentase dengan rumus berikut.

 (Sudjana, 2006:66)

Selanjutnya untuk mengetahui kategorisasi yang diperoleh dari jawaban responden dapat dikelompokkan dalam perhitungan interval sebagai berikut :

 (Sumber: Supranto, 2010:264)

Keterangan:

c = Perkiraan besarnya

k = banyak kelas

1. **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa rata-rata dimensi bukti fisik yang meliputi kerapian, kebersihan, kelengkapan, penampilan, dan ruang kerja merupakan rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4.20% dengan kategori memuaskan. Pada dimensi kehandalan diperoleh rata-rata keseluruhan sebesar 3.60% yang termasuk ke dalam kategori kurang memuaskan dan merupakan dimensi dengan rata-rata terendah. Pada dimensi Daya Tanggap diperoleh rata-rata keseluruhan sebesar 3.80 yang termasuk ke dalam kategori cukup memuaskan, sedangkan pada dimensi Jaminan diperoleh rata-rata keseluruhan sebesar 3.84 yang termasuk ke dalam kategori cukup memuaskan. Pada dimensi Empati atau Kepedulian diperoleh rata-rata keseluruhan sebesar 3.84 yang termasuk ke dalam kategori cukup memuaskan.

Berdasarkan perhitungan rata-rata dan kategori penilaian kinerja dengan harapan pada kelimat dimensi kualitas pelayanan tersebut diperoleh rata-rata sebesar 3.86 yang termasuk dalam kategori cukup memuaskan. Oleh sebab itu, kinerja pelayanan yang diberikan oleh PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang masih dikategorikan cukup memuaskan dengan harapan nasabah.

Selanjutnya untuk mempermudah perusahaan dalam melakukan evaluasi terhadap dimensi yang diteliti, maka perlu melihat sebaran masing-masing atribut yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu berikut ini.

**Gambar 4.1**

**Atribut Kepuasan**



(Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016)

Keterangan:

A : Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan nasabah, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan nasabah sehingga mengecewakan/tidak puas.

B : Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan. Untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

C : Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi nasabah. Pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

D : Menunjukkan faktor yang mempengaruhi nasabah kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan (Supranto, 2010).

Berdasarkan gambar Diagram Kartesius di atas disimpulkan bahwa pernyataan ketanggapan dalam menangani keluhan, kecakapan dalam melayani, dan kepercayaan nasabah kepada pegawai perlu mendapat prioritas utama dalam penanganan oleh pihak perusahaan (Kuadran A). Pihak perusahaan perlu memperhatikan aspek ketanggapan, kecakapan, dan kepercayaan, karena aspek ini menurut nasabah dianggap penting, namun dalam pelaksanaannya belum sesuai dengan harapan nasabah.

Selain itu, pada kuadran B, dimensi bukti fisik lebih dominan dari dimensi lain dan diikuti dengan dimensi Empati atau Kepedulian. Oleh sebab itu, kedua dimensi ini perlu dipertahankan karena menurut nasabah kinerja perusahaan sudah sesuai dengan harapan nasabah. Selanjutnya, dimensi Empati atau Kepedulian dan juga dimensi kehandalan yang berada pada kuadran C berarti kedua dimensi ini dianggap kurang penting atau kurang diharapkan oleh nasabah sehingga prioritas penanganannya rendah. Keseluruhan atribut dalam dimensi kehandalan dianggap kurang penting oleh nasabah (kuadran C). Pada dimensi tersebut khususnya pada pernyataan sikap selalu memberikan layanan dan selalu menanyakan kabar dan keadaan nasabah hendaknya dikurangi walaupun itu memang dianggap penting. Pada dimensi jaminan yaitu pelayanan yang sopan dan ramah, kerapian, serta kejujuran dinilai nasabah sangat berlebihan karena atribut ini dianggap kurang penting (kuadran D).

**5. SIMPULAN**

* 1. **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Rata-rata tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang sebesar 3.86 yang termasuk dalam kategori cukup memuaskan.
2. Pada dimensi Bukti Fisik merupakan dimensi dengan rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4.20 yang termasuk dalam kategori memuaskan. Dimensi kehandalan merupakan dimensi dengan terendah yaitu sebesar 3.60 yang termasuk dalam kategori kurang memuaskan. Dimensi daya tanggap dengan rata-rata 3.80 termasuk dalam kategori cukup memuaskan, sedangkan dimensi jaminan dan dimensi Empati atau Kepedulian dengan rata-rata masing-masing sebesar 3.84 yang termasuk dalam kategori cukup memuaskan.
	1. **Saran**

Berdasarkan analisis yang di kemukakan pada bab sebelumnya, maka perusahaan harus dapat meningkatkan kinerja agar lebih baik. Berdasarkan penilaian tingkat kesesuaian terhadap lima dimensi penentu kualitas pelayanan, saran yang dapat diberikan untuk PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang pada atribut yang memiliki nilai dibawah rata-rata dimensi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Pada dimensi kehandalan, faktor yang harus ditingkatkan adalah pemberian pelayanan kepada nasabah karena faktor tersebut termasuk dalam kategori tidak memuaskan.
2. Pada dimensi kehandalan, faktor yang harus ditingkatkan adalah pemberian pelayanan kepada nasabah karena faktor tersebut termasuk dalam kategori tidak memuaskan. Selain itu, faktor kecepatan pemberian pelayanan juga harus ditingkatkan karena termasuk dalam kategori kurang memuaskan.
3. Pada dimensi Empati atau Kepedulian, faktor yang harus dikurangi adalah selalu menanyakan kabar dan keadaan nasabah karena faktor tersebut dianggap terlalu berlebihan.
4. **REFERENSI**
5. Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
6. Christiana, Okky Augusta Lovenia. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
7. Lovelock, Christopher H; Wirtz, Jochen; dan Mussry, Jacky. 2010. Pemasaran Jasa Perspektif Indonesia, Jilid 2, Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga. ISBN 978-602-241-124-6.
8. Lovenia, Christiana Okky Augusta. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang)*. Semarang: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro.
9. Margono, S. 2010. *Metodelogi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
10. Farisanu, Ibnu Khayath. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mega, Tbk Cabang Tana Paser*. Magister Manajemen Universitas Mulawarman Samarinda.
11. Purwanto. 2009. *Evaluasi Hasil Belajar*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
12. Riduwan. 2012. *Belajar Mudah penelitian untuk Guru-Karyawan dan Penelitian Pemula.* Bandung : CV. Alfabeta.
13. Sugiyono. 2010. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alpha Bheta.
14. Sugiyono. 2010. *Metode Peneltian Pendidikan* *(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
15. Supranto, Johanes . 2010. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan.* Jakarta: Rineka Cipta.
16. Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Ofset.