

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER TRUST* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA ALLIANZ LIFE INSURANCE DI SURABAYA**



**OLEH:**

**KEVIN GUNAWAN**

**3103016044**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA**

**2020**

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *COSTOMER TRUST* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA ALLIANZ LIFE INSURANCE DI SURABAYA**

**SKRIPSI**  
Diajukan kepada  
**FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**  
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen

**OLEH:**  
**KEVIN GUNAWAN**  
3103016044

**JURUSAN MANAJEMEN**  
**FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**  
**SURABAYA**

2020

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *COSTOMER TRUST* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* AT ALLIANZ LIFE INSURANCE DI SURABAYA**

OLEH :  
KEVIN GUNAWAN  
3103016044

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,




(Dr.Dra.Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS)

NIDN. 0001065703

Tanggal: 23-07-2020

Pembimbing II,



(Dra. Ec. Arini, MM.)

NIDN. 0716035701

Tanggal: 23-07-2020

## HALAMAN PENGESAHAN

**Skripsi yang ditulis oleh: Kevin Gunawan dengan NRP: 3103016044**

Telah diuji pada tanggal 23 Juli 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Penguji:



(Dr.Dra.Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS)

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA.

NIDN: 0713097203

Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc

NIDN: 0703087902

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas  
Katolik Widya Mandala Surabaya

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Kevin Gunawan

NRP : 3103016044

Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Trust* terhadap  
*Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada Allianz Life Insurance  
di Surabaya.

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya, Apabila terbukti  
bahwa karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan  
diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.  
Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini diaplikasikan di internet atau media  
lain untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak  
Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya  
buat dengan sebenarnya.

Surabaya, Juni 2020

Yang Menyatakan



Kevin Gunawan

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus, karena oleh berkat dan penyertaannya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Trust* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada Allianz Life Insurance di Surabaya.” Dengan baik. Penulisan penelitian ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam proses penyelesaian tugas akhir ini, banyak pihak yang telah memberikan kontribusi berupa tenaga, pikiran, dan doa. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI. Selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Dominicus Wahyu Pradana, SE., MM. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dr. Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS selaku Dosen Pembimbing I skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, saran, motivasi dan kesabaran dari awal tugas akhir skripsi hingga selesai tugas akhir skripsi ini.
5. Ibu Dra. Ec. Arini, MM selaku Dosen Pembimbing II skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, saran, motivasi dan selalu sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi yang sangat bermanfaat sebagai bekal dimasa depan.

7. Keluarga yang selalu ada dan memberikan doa, dukungan serta nasehat yang sangat berguna khususnya bagi mama, papa, cece.
8. Tim Asdos Lab Riset Statistik yang banyak memberikan bantuan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
9. Teman seperjuangan Steven, Martinus, dan Leonard yang selalu memberikan semangat, bantuan dan dukungan.
10. Teman seluruh angkatan Fakultas Bisnis tahun 2016.
11. Para responden yang telah bersedia mengisi kuisioner pada penelitian ini.
12. Teman-teman dan pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas dukungan dan doanya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan penulis. Oleh karena itu, penulis berhadap memperoleh kritik serta saran yang membangun, Agar kekurangan di penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penyempurnaan pada penelitian selanjutnya. Mohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dalam membantu pengembangan ilmu pengetahuan. Terimakasih.

Surabaya, Juni 2020



Kevin Gunawan

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tinjauan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi .....	7
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 <i>Service Quality</i> .....	9
2.1.2 <i>Customer Trust</i> .....	10
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i> .....	11
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i> .....	12
2.2 Penelitian Terdahulu .....	14
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	15
2.3.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	15
2.3.2 Pengaruh <i>Customer Trust</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	15
2.3.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	15
2.3.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	16
2.3.5 Pengaruh <i>Customer Trust</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	16
2.4 Metode Penelitian .....	17



2.5 Hipotesis .....	17
<b>BAB 3: METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Desain Penelitian .....	19
3.2 Identifikasi Variabel, Definisi Operasional, dan Pengukuran	
Variabel .....	19
3.2.1 Identifikasi Variabel .....	19
3.2.2 Definisi Operasional .....	20
3.2.3 Pengukuran Variabel .....	21
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	22
3.4 Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	22
3.5 Populasi Sampel dan Teknik Penyempelan .....	23
3.6 Teknik Analisis Data .....	24
3.6.1 Uji Normalitas Data .....	24
3.6.2 Uji Validitas .....	25
3.6.3 Uji Reliabilitas .....	25
3.6.4 Uji Kecocokan Seluruh Model .....	25
3.6.5 Uji Kecocokan Model Struktural .....	27
3.6.6 Uji Hipotesis .....	27
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Karakteristik Responden .....	28
4.2 Deskripsi Data Variabel Penelitian .....	30
4.3 Hasil Analisis Data .....	34
4.3.1 Uji Normalitas .....	34
4.3.2 Uji Validitas .....	35
4.3.3 Uji Reabilitas .....	36
4.3.4 Uji Kecocokan Seluruh Model .....	37
4.3.5 Uji Kecocokan Model Struktural .....	38
4.3.6 Uji Hipotesis .....	39
4.4 Pembahasan .....	40
4.4.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	40
4.4.2 Pengaruh <i>Customer Trust</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	41
4.4.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	42

4.4.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	43
4.4.5 Pengaruh <i>Customer Trust</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	44
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan .....	45
5.2 Keterbatasan .....	45
5.3 Saran .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang .....	14
Tabel 3.1 Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Waktu Menjadi Nasabah Allianz Life Insurance .....	28
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	29
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	29
Tabel 4.4 Interval Rata-rata Setiap Variabel .....	30
Tabel 4.5 Statistika Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> .....	30
Tabel 4.6 Persepsi Responden Mengenai Variabel <i>Customer Trust</i> .....	31
Tabel 4.7 Persepsi Responden Mengenai Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	32
Tabel 4.8 Persepsi Responden Mengenai Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	32
Tabel 4.9 Tabel <i>Univariate Normality</i> .....	34
Tabel 4.10 Tabel <i>Multivariate Normality</i> .....	35
Tabel 4.11 Tabel Uji Validitas .....	35
Tabel 4.12 Tabel Uji Reliabilitas .....	36
Tabel 4.13 Tabel Pengujian <i>Goodness of Fit</i> .....	37
Tabel 4.14 Tabel Uji Hipotesis .....	39

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pentingnya Asuransi Dalam Menjaga Keuangan Keluarga.....	1
Gambar 1.2 <i>Top Insurance and The Most Valuable Brand 2019</i> .....	4
Gambar 1.3 Penghargaan yang Diterima Allianz 2017.....	5
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	17
Gambar 4.1 PersamaanStruktural.....	38

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Persyaratan Menjadi Responden
- Lampiran 3 : Tabel Frekuensi Respoenden
- Lampiran 4 : Data Jawaban Kuisisioner
- Lampiran 5 : Output SEM Normalitas
- Lampiran 6 : Output SEM
- Lampiran 7 : Path Diagram *t-value*
- Lampiran 7b : Path Diagram *standardized solution*
- Lampiran 7c : Path Diagram *estimates*
- Lampiran 8 : Reliabilitas

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel *service quality* dan *customer trust* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada Allianz Life Insurance di Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Allianz Life Insurance di Surabaya, sedangkan sampel diambil sebanyak 100 responden. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner. Teknik data yang digunakan adalah Structural Equation Modelling (SEM) dengan menggunakan program LISREL.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, *customer trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada Allianz Life Insurance di Surabaya.

**Kata Kunci:** *Service Quality, Customer Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER TRUST TO  
CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY AT  
ALLIANZ LIFE INSURANCE IN SURABAYA**

**ABSTRACT**

This study was conducted to determine the effect of service quality and customer trust variables on customer satisfaction and customer loyalty at Allianz Life Insurance in Surabaya.

This research is causal research. The sampling technique uses non probability sampling by purposive sampling. Respondents in this study were all customers of Allianz Life Insurance in Surabaya, while samples were taken as many as 100 respondents. Data in this study were collected by distributing questionnaires. The data technique used is Structural Equation Modeling (SEM) using the LISREL program.

The results of this study can be concluded that: service quality has a positive and significant to customer satisfaction, customer trust has a positive and significant to customer satisfaction, customer satisfaction has a positive and significant to customer loyalty, service quality has a positive and significant to customer loyalty, customer trust has a positive and significant customer loyalty at Allianz Life Insurance in Surabaya.

**Keywords: Service Quality, Customer Trust, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty**