

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dimensi *service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan PT Bringin Makmur Sejahtera. Model analisis regresi linier berganda digunakan pada penelitian ini untuk menguji apakah dimensi – dimensi kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa PT Bringin Sejahtera Makmur. Tujuan dari model penelitian ini adalah untuk menyajikan efek yang dapat diuji dalam penelitian yang mengkompromikan kualitas layanan yang dirasakan dan kepuasan pelanggan yang paling tepat dievaluasi menggunakan skala, langkah-langkah sikap laporan diri. Oleh karena itu, penelitian ini akan menggunakan data primer yang akan dikumpulkan dari PT Bringin Sejahtera Makmur (BSM) dan desain studi lapangan dengan menyebarkan kuisioner kepada pelanggan PT Bringin Sejahtera Makmur, khususnya pada nasabah layanan asuransi asset tetap BRI dan akan digunakan sebagai metode pengumpulan data dasar. Kuisioner yang disebarkan untuk mengukur 6 variabel dengan total 19 butir pertanyaan berskala likert 1 – 5 untuk setiap variabel. Sebanyak 135 responden yang memenuhi kriteria telah berpartisipasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model penelitian menunjukkan bahwa model penelitian menunjukkan validitas dengan nilai  $r$  hitung  $Rel4 = 0,118$ ;  $Rel5 = 0,264$ ;  $Resp2 = 0,343$ ;  $Resp3 = 0,248$ ;  $Tang3 = 0,159$ ;  $As1 = 0,293$ ;  $As4 = 0,187$ ; dan  $As5 = 0,084$  sehingga ada delapan pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid dan dihapus dari instrumen penelitian. Sedangkan untuk hasil reliabilitas semua pernyataan dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *cronbach's alfa* lebih besar daripada 0,7. Dari 27 pernyataan ada 8 pernyataan yang tidak lolos validasi sehingga tersisa 19 pernyataan yang akan diujikan pada sampel penelitian sejumlah 135 orang. Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa Dimensi dari variabel *service quality* yang terdiri atas *reliabilty*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance* dan *empaty* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *customer satisfaction*. Dimensi *reliabilty* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *customer satisfaction*. Dimensi *responsiveness* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *customer satisfaction*. Dimensi *tangibles* berpengaruh positif yang tidak signifikan terhadap *customer satisfaction*. Dimensi *assurance* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *customer satisfaction*. Dimensi *empaty* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *customer satisfaction*.

**Kata kunci:** *service quality*, *customer satisfaction*, asuransi, perbankan

## ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of service quality dimensions on customer satisfaction at PT Bringin Makmur Sejahtera customers. The multiple linear regression analysis model was used in this study to test whether the dimensions of service quality affect customer satisfaction in using the services of PT Bringin Sejahtera Makmur. The aim of this research model is to present the effects that can be tested in research that compromise of perceived service quality and customer satisfaction is best evaluated using the attitude, self-report scale. Therefore, this study will use primary data that will be collected from PT Bringin Sejahtera Makmur (BSM) and a field study design by distributing questionnaires to customers of PT Bringin Sejahtera Makmur, especially to BRI fixed asset insurance service customers and will be used as a basic data collection method. Questionnaires were distributed to measure 6 variables with a total of 19 questions with a Likert scale of 1 – 5 for each variable. A total of 135 respondents who met the criteria have participated. The research results show that the research model shows that the research model shows validity with the value of  $r$  count  $Rel4 = 0.118$ ;  $Rel5 = 0.264$ ;  $Resp2 = 0.343$ ;  $Resp3 = 0.248$ ;  $Tang3 = 0.159$ ;  $As1 = 0.293$ ;  $As4 = 0.187$ ; and  $As5 = 0.084$  so that there were eight statements declared invalid and removed from the research instrument. As for the reliability results, all statements were declared reliable because they had a Cronbach's alpha value greater than 0.7. Of the 27 statements, 8 statements did not pass validation, so that the remaining 19 statements were tested on a sample of 135 people. Based on the test results, it was found that the dimensions of the service quality variable which consisted of reliability, responsiveness, tangibles, assurance and empathy had a significant positive effect on customer satisfaction. The reliability dimension has a significant positive effect on customer satisfaction. The responsiveness dimension has a significant positive effect on customer satisfaction. The tangibles dimension has an insignificant positive effect on customer satisfaction. The assurance dimension has a significant positive effect on customer satisfaction. The empathy dimension has a significant positive effect on customer satisfaction

**Keywords:** service quality, customer satisfaction, insurance, banking