

Pengaruh Kinerja Agen Asuransi terhadap Kepuasan Nasabah dalam Proses Penyelesaian Klaim Produk Asuransi Jiwa: Studi Kasus pada AJB Bumiputera 1912 Wilayah Medan

Devi Ramadhani, Andri Soemitra, Imsar

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

deviramadhani7654321@gmail.com, andrisoemitra@uinsu.ac.id,

imsar@uinsu.ac.id

ABSTRACT

This research aims to determine whether or not there is an influence of agent performance consisting of quality, quantity and agent effectiveness on customer satisfaction at the AJB Bumiputera 1912 Medan Region company. This research uses three independent variables, namely quality, quantity and effectiveness with one dependent variable, namely customer satisfaction. The methodology used in this research is a quantitative method and an associative approach. Samples were taken from AJB Bumiputera 1912 customers in the Medan area, totaling 95 people. The type of data used is primary data. The data analysis method used is Instrument Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Test, and Hypothesis Test. Based on the results of the T test, the agent quality variable has a positive and significant effect on customer satisfaction, the quantity variable shows that this variable has a significant effect on customer satisfaction, and the agent effectiveness variable also has a positive and significant effect on customer satisfaction. Based on the results of the F-test analysis, it was found that the variables of quality, quantity and agent effectiveness together have a positive and significant influence on customer satisfaction. Based on the results of the R Square value obtained using SPSS valued at 0.552, which means that it explains the magnitude of the influence of quality, quantity and agent effectiveness variables together on customer satisfaction worth 55.2% and the remaining 44.8% can be explained by other variables not included in Research Model.

Keywords: *Quality, Quantity, Effectiveness, and Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari kinerja agen yang terdiri dari kualitas, kuantitas, efektivitas agen terhadap kepuasan nasabah pada perusahaan AJB Bumiputera 1912 Wilayah Medan. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu kualitas, kuantitas dan efektivitas dengan satu variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan pendekatan asosiatif. Sampel diambil dari nasabah AJB Bumiputera 1912 Wilayah Medan yang berjumlah 95 orang. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Metode analisis data yang digunakan adalah Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Berganda, dan Uji Hipotesis. Berdasarkan hasil uji T bahwa variabel kualitas agen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, pada variabel kuantitas menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan pada variabel efektivitas agen juga sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil analisis uji F diperoleh bahwa variabel kualitas, kuantitas dan efektivitas

agen secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil nilai R Square yang diperoleh menggunakan SPSS senilai 0,552 yang artinya menjelaskan besarnya pengaruh variabel kualitas, kuantitas dan efektivitas agen secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah senilai 55,2% dan sisanya yaitu 44,8% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Kata Kunci: Kualitas, Kuantitas, Efektivitas, dan Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

Di dalam suatu perkembangan jasa pada bidang perasuransian pada sekarang ini, makin banyak dikenal, dirasakan di dalam dunia usaha. Asuransi adalah sebuah bisnis yang sangat penting untuk masyarakat, karena bisnis asuransi pada bidang jasa ini sangat penting dan banyak kaitannya pada masyarakat yang menggunakan asuransi. Di dalam asuransi secara finansial juga bisa melihat cara menghadapi risiko yang akan terjadi dan mengatasi risiko yang ada di dalam asuransi tersebut (Nitisusastro, 2013, p. 5).

Perusahaan asuransi merupakan perusahaan yang terdapat di bidang jasa yang dimana perusahaan ini mempunyai jasa keuangan apabila di dalam perusahaan terjadinya risiko sebab terjadinya kerugian, kerusakan harta benda maka kerugian tersebut akan ditanggung jawab oleh pihak ketiga apabila menimbulkan kerugian yang tidak pasti berdasarkan prinsip syariah. Proses mengatasi risiko pada perusahaan asuransi memiliki tanggung jawab yang sangat besar dimana perusahaan asuransi dikelola dengan baik agar tidak terjadi kerugian yang diinginkan. (Ulandari, 2017, p. 23)

Dalam pelaksanaannya usaha perasuransian melibatkan banyak pihak untuk memasarkan produk asuransi yang terdapat pada perusahaan tersebut. Dalam memasarkan produk asuransi tersebut pada perusahaan sudah memiliki seseorang yang sudah sangat ahli dibidangnya yaitu seorang agen. Agen mampu menjelaskan kepada nasabahnya dalam memasarkan produknya, dan juga mampu berinteraksi dan berkomunikasi terhadap nasabahnya dengan sangat baik agar nasabah bisa melihat sendiri bahwa kinerja yang dilakukan agen terhadap nasabahnya sudah cukup optimal dan nasabah juga puas akan kinerja agen tersebut. (Muis, 2005, p. 53)

Agen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap industri asuransi karena mereka terus memberikan produk langsung kepada pelanggan untuk bisnis jasa, sehingga dapat dikatakan kinerja yang dilakukan oleh agen dapat mencapai keunggulan dan target yang dilakukan perusahaan mencapai target yang sudah ditentukan, seperti agen memasarkan produknya terhadap nasabah mengalami peningkatan. (Waldi Nopriansyah, 2016, p. 84)

Ada beberapa cara yang digunakan untuk memerhatikan karyawan pada perusahaan untuk menilai kinerja dari agen tersebut terhadap nasabahnya sesuai atau tidak dengan kinerja yang sudah ditentukan oleh perusahaan tersebut. Sehingga para agen harus bisa mengoptimalkan kinerjanya agar seorang nasabah menjadi puas akan kinerja yang dilakukan oleh agen dalam melakukan proses penyelesaian klaim,

sehingga agen juga dapat konfirmasi terhadap perusahaan bahwa kinerja agen terhadap nasabah sudah maksimal.

Pada kinerja agen memiliki indikator yaitu terbagi atas kualitas, kuantitas serta efektivitas, yang dimana seperti yang diketahui kualitas adalah hasil yang dimiliki sangat mendekati sempurna dimana dalam penampilan dapat memenuhi tujuan agar dapat mengaitkan kemampuan, penampilan, kecerdasan serta tolak ukur yang dimiliki.

Selain itu, kualitas memiliki dampak langsung pada kepuasan nasabah. Meningkatkan fungsionalitas produk memiliki manfaat meningkatkan kepuasan pelanggan (nasabah). Menemukan konsumen merupakan tantangan di era persaingan yang ketat di industri asuransi karena tingkat pertumbuhan yang meningkat, membuatnya lebih sulit dari sebelumnya (Imsar, 2018).

Kinerja agen asuransi juga merupakan konsekuensi atau hasil dari perilaku yang dilakukan oleh agen asuransi dalam mencapai tujuan organisasi dalam menjual produk. Maka dari itu kinerja dari seorang agen tersebut sangat dibutuhkan di dalam perusahaan asuransi dalam merekrut nasabahnya dan juga dalam menawarkan produk. Apabila seorang nasabah sudah merasa puas dengan kinerja yang dilakukan agen tersebut, maka agentersebut layak mendapatkan apresiasi dari perusahaan asuransi. (Anggraini & Harahap, 2021). Kuantitas adalah jumlah dari suatu kegiatan yang dapat dilakukan dan dicapai oleh seorang agen dalam jangka waktu tertentu. Hal ini tentunya dapat sejalan dengan kepuasaan nasabah karena ketika agen dengan cepat menyelesaikan tugas-tugas yang berkaitan dengan nasabah seperti membantu proses klaim nasabah dengan cepat, mengatasi kesulitan yang dialami dengan baik.

Efektivitas adalah tingkat penggunaannya harus diminimalisirkan dengan maksud menaikkan keuntungan maupun mengurangi setiap kerugian pada produk. Seperti salah satu hal dimana nasabah merasa bahwa kinerja dari agen itu baik adalah dengan keefektivitasan yang dilakukan agen tersebut. Selain efektif dari segi waktu hal ini juga efektif dalam hal biaya karena nasabah tidak akan mengeluarkan biaya.. Dengan kinerja agen yang demikian tentunya nasabah akan senang atas jasa yang telah diberikan oleh agen tersebut.

Sebuah penyedia asuransi di Indonesia bernama AJB Bumiputera 1912 didirikan 103 tahun yang lalu untuk memenuhi kebutuhan penduduk Indonesia. AJB Bumiputera 1912 diciptakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang terus berkembang. Fokus penelitian adalah AJB Bumiputera 1912 Kantor Wilayah Medan yang menjadi subyek penelitian, salahsatu perusahaan yang memberikan pelayanan berupa asuransi jiwa. AJB Bumiputera 1912, yang juga merupakan perusahaan asuransi terbesar di Indonesia dan memiliki kantor terbanyak di sana, memulai industri asuransi jiwa. AJB Bumiputera 1912, pendiri kebijakan Indonesia, mendirikan bisnis dengan prinsip profesionalisme, idealisme, dan timbal balik.

Hubungan pribadi pemegang polis dengan penasihat keuangan dan AJB Bumiputera 1912 adalah cara bagi pemegang polis untuk mendapatkan asuransi yang mereka butuhkan. Perusahaan AJB Bumiputera 1912 juga dikendalikan oleh beragam kelompok masyarakat Indonesia yang telah menawarkan layanan terbaik dan

rangkaian produk asuransi secara global dengan tetap mempertahankan keuntungan bagi pemegang polis. Kegiatan muamalah modern yang dikenal dengan asuransi melakukan manajemen risiko untuk kejadian potensial di masa depan (Soemitra, 2019, p. 211).

Adanya AJB Bumiputera 1912 ini tentunya dapat mempermudah penelitian mengenai kinerja agen asuransi terhadap kepuasan nasabah dalam proses penyelesaian klaim produk asuransi jiwa ini.

Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah AJB 1912 Bumiputera Medan

Tahun	Jumlah Nasabah
2017	9.362 jiwa
2018	7.653 jiwa
2019	6.523 jiwa
2020	3.663 jiwa
2021	2.145 jiwa

Sumber: Data AJB Bumiputera 1912 Cabang Medan 2017-2021

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sepanjang periode 2017-2021 jumlah nasabah serta jumlah klaim pada AJB Bumiputera 1912 mengalami kenaikan dan penurunan. Jumlah nasabah asuransi jiwa pada tahun 2017 adalah 9.362 jiwa namun terjadi penurunan pada tahun 2018 dan 2019, sebesar 7.653 jiwa dan 6.523 jiwa pada tahun 2020 dan 2021 tetap sama, terus mengalami penurunan sebesar 4.663 jiwa dan 2.145 jiwa. yang terjadi pada tahun 2021 adalah mengalami penurunan yang sangat drastis yang diakibatkan karena pandemi. Penurunan ini tentunya sangat berpengaruh oleh persaingan industri keuangan asuransi yang sangat tajam.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Muhammad Juandi pada AJB Bumiputera 1912 Wilayah Medan sering terjadi suatu masalah, di mana menyelesaikan pengajuan klaim melibatkan sejumlah langkah dan persyaratan yang banyak, membuat penilaian masyarakat kurang bagus terhadap asuransi. (Juandi, 2022) Beberapa hal sering kali timbul pada saat melakukan penyelesaian klaim yang mana, masih ada proses persetujuan mengenai cairnya uang tuntutan ganti rugi yang dikeluarkan secara lambat oleh perusahaan sehingga membuat nasabah merasa kecewa.

Adapun agen asuransi yang bertugas lalai dalam proses penyerahan premi nasabah kepada perusahaan yang mengakibatkan pembaharuan polis asuransi, agen yang bertugas juga masih banyak yang tidak menyerahkan premi asuransi pemegang polis terhadap perusahaan. Hal ini membuat pandangan masyarakat terhadap asuransi menjadi kurang baik yang diakibatkan dengan masalah yang ada seperti ini.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi hal ini menyebabkan terjadinya penurunan jumlah nasabah yang di sebabkan oleh ketidakpuasan nasabah akibat kurang baiknya kinerja yang dilakukan oleh agen tersebut. Agen juga kurang tanggap

membantu nasabahnya dalam melakukan proses klaim, sehingga nasabah mengalami perasaan tidak puas akan kinerja agen tersebut.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kinerja Agen Asuransi terhadap Kepuasan Nasabah dalam Proses Penyelesaian Klaim Produk Asuransi Jiwa Studi Kasus AJB Bumiputera 1912 Wilayah Medan”.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data dari kuesioner yang digunakan dalam perhitungan untuk tabel adalah bagian dari metode kuantitatif (Narbuko, 2005, p. 20). Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan pada evaluasi data numerik (angka). Data yang ada akan diolah dengan menggunakan teknik statistik dalam metodologi kuantitatif penelitian ini. Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana memprediksi dan mengendalikan fenomena melalui pengukuran objektif dan analisis numerik variasi numerik. (Fauzi, 2008, p. 18)

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif digunakan untuk menghubungkan antara dua variabel atau lebih untuk bertujuan menganalisis permasalahan dari suatu variabel tersebut. (Irfan, 2013, p.90)

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel, yang terdiri dari variabel independen (X) yaitu Kinerja, dimana pada kinerja variabel dibagi menjadi Variabel Kualitas (X_1), Kuantitas (X_2) dan Efektivitas (X_3) pada variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Nasabah. Kedua variabel ini akan dilihat korelasi hubungan antar variabel apakah antar variabel saling berpengaruh atau tidak berpengaruh sama sekali. Dengan melihat hubungan tersebut maka dapat diketahui hipotesis yang telah dibuat apakah hipotesis dapat diterima atau bahkan hipotesis tidak terima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Data dianalisis menggunakan statistik untuk mendapatkan nilai minimum, maksimum, *mean*, dan standar deviasi untuk setiap variabel. Penyelidikan pengaruh variabel independen (kualitas, kuantitas, dan kemandirian) pada variabel dependen adalah tujuan dari ini (keputusan pelanggan). Hasil dari data yang dikumpulkan dan disajikan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

		Statistik			
		TOTAL_X ₁	TOTAL_X ₂	TOTAL_X ₃	TOTAL_Y
N	Valid	95	95	95	95
	Missing	0	0	0	0
Mean		38.1789	37.8105	38.4632	40.3474
Median		38.0000	37.0000	38.0000	41.0000
Std. Deviation		4.29492	4.18532	3.98617	3.90790
Minimum		31.00	30.00	31.00	30.00
Maximum		48.00	48.00	49.00	48.00
Sum		3627.00	3592.00	3654.00	3833.00

Sumber: Hasil olahan IBM SPSS Statistic 26.

Pada tabel 4.4 dari hasil analisis deskriptif statistik dapat dilihat bahwa variabel kualitas (X_1) memiliki jumlah data yaitu 95 dan memiliki standar deviasi sebesar 4.29492 dengan sangat jauh dari rata-rata yang memiliki nilai 38,1789 dapat diartikan bahwa data tersebut berdistribusi normal karena variasi data dengan nilai rata-rata memiliki penyimpangan yang cukup jauh. Bisa dilihat bahwa nilai minimum pada variabel kualitas (X_1) adalah 31 dan jumlah nilai maksimumnya adalah 48.

Pada variabel kuantitas (X_2) memiliki jumlah data yaitu 95 dan memiliki standar deviasi sebesar 4,18532 dengan sangat jauh dari rata-rata yang memiliki nilai 37,8105 dapat diartikan bahwa data tersebut berdistribusi normal karena variasi data dengan nilai rata-rata memiliki penyimpangan yang cukup jauh. Bisa dilihat bahwa nilai minimum pada variabel kuantitas (X_2) adalah 30 dan jumlah nilai maksimumnya adalah 48.

Pada variabel efektivitas (X_3) memiliki jumlah data yaitu 95 dan memiliki standar deviasi 3,98617 dengan sangat jauh dari rata-rata yang memiliki nilai 38,4632 dapat diartikan bahwa data tersebut berdistribusi normal karena variasi data dengan nilai rata-rata memiliki penyimpangan yang cukup jauh. Bisa dilihat bahwa nilai minimum pada variabel efektivitas (X_3) adalah 31 dan nilai maksimumnya adalah 49.

Pada variabel kepuasan nasabah (Y) memiliki jumlah data yaitu 95 dan memiliki standar deviasi 3,90790 dengan sangat jauh dari rata-rata yang memiliki nilai 40,3474 dapat diartikan bahwa data tersebut berdistribusi normal karena variasi data dengan nilai rata-rata memiliki penyimpangan yang cukup jauh. Bisa dilihat bahwa nilai minimum pada variabel kepuasan nasabah (Y) adalah 30 dan jumlah nilai maksimumnya adalah 48.

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis ini memungkinkan untuk pengetahuan simultan dari efek masing-masing variabel independen dan kualitas dan kuantitas. Temuan model regresi dapat digunakan untuk meramalkan hubungan antara variabel dalam populasi yang tidak termasuk dalam datayang dikumpulkan. Hasil dari analisis yang dilakukan dapat

dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.359	2.726		4.533	.000
	Kualitas_X ₁	.354	.127	.389	2.779	.004
	Kuantitas_X ₂	.322	.133	.331	1.920	.002
	Efektivitas_X ₃	.497	.132	.506	3.769	.000

a. Dependent Variable: TOTAL Kepuasan Nasabah_Y

Sumber: Hasil olahan IBM SPSS Statistic 26

Berdasarkan tabel 1.3 pada hasil analisis menggunakan SPSS maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$\text{Kepuasan Nasabah} = 8,359 + 0,354 \text{ Kualitas} + 0,322 \text{ Kuantitas} + 0,497 \text{ Efektivitas} + e.$

Dengan berdasarkan persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 8,359 menunjukkan bahwa variabel kualitas, kuantitas dan efektivitas diasumsikan dalam keadaan tetap, maka variabel kepuasan nasabah meningkat sebesar 8,359%.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas (X_1) yaitu sebesar 0,354. Nilai tersebut menunjukkan arah yang positif. Dapat diartikan jika variabel kualitas mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,354%.
3. Nilai koefisien regresi pada variabel kuantitas (X_2) yaitu sebesar 0,322. Nilai tersebut menunjukkan arah yang positif. Dapat diartikan jika variabel kuantitas mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,322%.
4. Nilai koefisien regresi pada variabel efektivitas (X_3) yaitu sebesar 0,497. Nilai tersebut menunjukkan arah yang positif. Dapat diartikan jika variabel efektivitas mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,497%.

1. Pengaruh Kualitas Agen Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa berpengaruh positif variabel kualitas (X_1) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) secara parsial memperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,779 > 1,66159$) dengan taraf signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,004 < 0,05$) maka keputusannya H_a diterima dan H_o ditolak.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas agen memiliki dampak yang baik dan penting terhadap kepuasan klien. Kepuasan pelanggan akan sangat meningkat jika variabel kualitas agen naik, begitu juga sebaliknya. Menurut teori yang dibahas, kualitas adalah suatu hasil yang sangat mendekati sempurna dimana dapat tampak memenuhi tujuan agar dapat mengaitkan kemampuan, penampilan, kecerdasan, dan tolak ukur yang dimiliki, dimana hasil efektivitas yang ada mendekati menyempurnakan dan menyesuaikan beberapa cara ideal dan memenuhi tujuan yang telah ditetapkan. Artinya jika seorang agen berkualitas tinggi, pelanggan diragukan akan puas dengan kinerjanya karena agen akan mengerti bagaimana berkomunikasi dengan pelanggan dan akan menyadari situasi dan kondisi pelanggan karena keterampilannya yang mumpuni. Jika agen berhasil menyelesaikan tugas yang diminta pelanggan, niscaya pelanggan akan merasa puas dengan kinerjanya. orang.

Variabel kepuasan nasabah secara signifikan dipengaruhi langsung oleh kualitas. Dengan kata lain, ketika variabel kualitas meningkat, kepuasan nasabah juga akan meningkat pesat. Sebaliknya, ketika kualitas agen menurun, begitu pula tingkat kebahagiaan nasabah.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Karmi (Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, 2020) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Agen Terhadap Kepuasan Nasabah". Penelitian ini menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel kualitas pelayanan agen terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Kuantitas Agen Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa berpengaruh positif variabel kuantitas (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara parsial memperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($1,920 > 1,66159$) dengan taraf signifikan lebih kecil dari 0,05 (0,002

$<0,05$) maka keputusannya H_a diterima dan H_o ditolak.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kuantitas agen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jika variabel kuantitas agen meningkat maka kepuasan nasabah juga akan meningkat secara signifikan begitu juga sebaliknya. Sesuai dengan teori yang dibahas kuantitas adalah jumlah dari suatu kegiatan yang dapat dilakukan dan dicapai oleh seorang agen dalam jangka waktu tertentu. Hal ini sejalan dengan kepuasan nasabah karena ketika agen dengan cepat menyelesaikan tugas-tugas yang berkaitan dengan nasabah seperti membantu proses klaim nasabah dengan cepat, mengatasi kesulitan yang dialami dengan baik. Tentunya nasabah akan merasa bahwa ketika agen dapat menyelesaikan tugasnya dengan cepat dan tepat sesuai dengan target hal ini membuat nasabah merasa memiliki kepuasan tersendiri dengan kinerja agen tersebut.

Variabel kepuasan nasabah secara signifikan dipengaruhi oleh kuantitas secara langsung. Dengan demikian, kepuasan nasabah akan meningkat secara signifikan semakin banyak variabel kuantitas yang digunakan, dan sebaliknya, semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, semakin rendah kuantitas agen.

Hal ini sejalan dengan penelitian Silviyanti (Skripsi Fakultas Ekonomi Islam

dan Bisnis IAIN Bengkulu, 2020) yang berjudul “Pengaruh Premi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah”. Penelitian ini menyatakan berpengaruh positif dan signifikan pada variabel premi terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh Efektivitas Agen Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa berpengaruh positif variabel efektivitas (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara parsial memperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,769 > 1,66159$) dengan taraf signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka keputusannya H_a diterima dan H_o ditolak.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel efektivitas agen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jika variabel efektivitas agen meningkat maka kepuasan nasabah juga akan meningkat begitu juga sebaliknya. Sesuai dengan teori yang dibahas efektivitas adalah tingkat penggunaannya harus diminimalisirkan dengan maksud menaikkan keuntungan maupun mengurangi setiap kerugian pada produk. Seperti salah satu hal yang dapat membuat nasabah merasa bahwa kinerja dari agen itu baik adalah dengan keefektifitasan yang dilakukan agen tersebut. Agen dapat membuat nasabah melakukan hal yang lebih efektif seperti tidak perlu datang ke kantor untuk melakukan administrasi sehingga dapat dilakukan secara *online* yang dibantu oleh agen. Selain efektif dari segi waktu hal ini juga efektif dalam hal biaya karena nasabah tidak akan mengeluarkan biaya.. Dengan kinerja agen yang demikian tentunya nasabah akan senang atas jasa yang telah diberikan olehagen tersebut.

Secara langsung efektivitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya semakin meningkat variabel efektivitas yang dilakukan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat secara signifikan begitu juga sebaliknya semakin kecil efektivitas agen yang dilakukan maka tingkat kepuasan nasabah semakin berkurang.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Devana Adila Kusuma (Skripsi Fakultas Ekonomi Islam IAIN Ponorogo, 2020) yang berjudul “Pengaruh Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Agen Asuransi”. penelitian ini menyatakan berpengaruh positif dan signifikan pada variabel kepuasan terhadap kinerja agen.

4. Pengaruh Kualitas, Kuantitas, dan Efektivitas Agen Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel independen kualitas, kuantitas, dan efektivitas memiliki berpengaruh positif dan signifikan dan ketiganya berpengaruh langsung, menurut temuan penelitian yang dilakukan bahwa pada AJB Bumiputera Cabang Medan ketiga variabel tersebut secara simultan (bersamaan) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F diperoleh nilai f_{hitung} sebesar ($37,312$) $> f_{tabel}$ ($2,70$) dan sig ($0,000$) $< \alpha$ ($0,05$). Dengan demikian, hipotesis keempat yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari kinerja agen (kualitas, kuantitas, dan efektivitas), terhadap kepuasan pelanggan yang dibuktikan oleh penelitian ini.

Pada penelitian diperoleh hasil nilai R Square yang diperoleh menggunakan SPSS senilai 0,552 yang artinya kualitas, kuantitas, dan efektivitas agen secara bersama-sama berpengaruh terhadap faktor kepuasan pelanggan sebesar 55,2%, sedangkan sisanya sebesar 44,8% dapat dijelaskan oleh variabel tambahan yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Secara langsung ketiga variabel kualitas, kuantitas efektivitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya tingkat kepuasan nasabah akan turun karena faktor variabel kualitas, kuantitas, dan efektivitas yang dilakukan lebih sedikit dan sebaliknya jika kualitas, kuantitas, dan efektivitas agen lebih banyak dilakukan maka semakin meningkat.

Hal ini sesuai dengan penelitian Novi Anggriani Dongoran (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah UINSU Medan, 2019) yang berjudul "Pengaruh Kinerja Agen Asuransi Terhadap Kompensasi". Penelitian ini menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel kinerja agen terhadap kompensasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian dari hasil pembahasan di atas mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, maka diperoleh data sebagai berikut:

1. Variabel kepuasan nasabah secara signifikan dipengaruhi langsung oleh kualitas. Dengan kata lain, ketika variabel kualitas meningkat, kepuasan nasabah juga akan meningkat pesat. Sebaliknya, ketika kualitas agen menurun, begitu pula tingkat kebahagiaan nasabah.
2. Variabel kepuasan nasabah secara signifikan dipengaruhi oleh kuantitas secara langsung. Dengan demikian, kepuasan nasabah akan meningkat secara signifikan semakin banyak variabel kuantitas yang digunakan, dan sebaliknya, semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, semakin rendah kuantitas agen.
3. Secara langsung efektivitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya semakin meningkat variabel efektivitas yang dilakukan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat secara signifikan begitu juga sebaliknya semakin kecil efektivitas agen yang dilakukan maka tingkat kepuasan nasabah semakin berkurang.
4. Secara langsung ketiga variabel kualitas, kuantitas efektivitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya tingkat kepuasan nasabah akan turun karena faktor variabel kualitas, kuantitas, dan efektivitas yang dilakukan lebih sedikit dan sebaliknya jika kualitas, kuantitas, dan efektivitas agen lebih banyak dilakukan maka semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, T., & Harahap, R. D. (2021). Analisis Kinerja Agen Dalam Strategi, Segmentasi Dan Target Pemasaran Dalam Melakukan Penjualan Pada PT

As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal

Volume 2 Nomor 2 (2023) 219-224 E-ISSN 2962-1585

DOI: 10.56672/assyirkah.v2i2.37

Asuransi umum Bumiputera MudaMedan 1967. *JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 3(04), 96–106.

Fauzi, M. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Walisongo Press.

Imsar, I. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pengangguran Terbuka Di Indonesia Periode 1989-2016. *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*.

Irfan, A. J. dan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. FEBI UIN-SU Press. Juandi, M. (2022). *Staf Bidang Klaim*. Ajb Bumiputera 1912.

Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis*. Gelora Aksara Pratama.

Muis, A. (2005). *Hukum Asuransi Dan Bentuk-bentuk Perasuransian*. Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara.

Narbuko. (2005). *Metode Penelitian*. Bumi Aksara.

Nitisusastro, M. (2013). *Asuransi dan Usaha Perasuransian di Indonesia*. ALFABETA. Rahmani, N. A. B. (2016a). *Metode Penelitian Ekonomi*. FEBI UIN-SU Press.

Rahmani, N. A. B. (2016b). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. FEBI UIN-SU Press. Soemitra, A. (2019). *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah*. PRENADIA GROUP. Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Ulandari, A. (2017). Pengaruh Premi dan Dana Tabarru' terhadap Pertumbuhan Aset Perusahaan Asuransi Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2012-2015. *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Surakarta*, 66.

Waldi Nopriansyah. (2016). *Asuransi Syariah Berkah Terakhir yang Tak Terduga*. Andi. Wanunnar, D. (2020). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Motivasi Terhadap Kinerja Agen*

Asuransi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.