

ABSTRAKSI

Hasil pengamatan pada jumlah nasabah asuransi JP Bonding PT Jasaraharja Putera Semarang menemukan bahwa selama periode tahun 2008-2010 jumlah nasabah yang melanjutkan menggunakan asuransi JP Bonding Jasaraharja Putera yang mengalami penurunan serta trend jumlah nasabah yang tidak melanjutkan asuransi JP Bonding PT. Jasaraharja Putera Semarang selama tahun 2008-2010 mengalami peningkatan. Mengacu pada fenomena gap tersebut dapat disimpulkan adanya masalah loyalitas pada nasabah asuransi JP Bonding Jasaraharja Putera di Semarang. Mengacu pada fenomena empiris yang ditemukan di tempat penelitian dan research gap berbagai penelitian terdahulu maka masalah penelitian yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana membangun loyalitas nasabah asuransi JP Bonding Jasaraharja Putera di Semarang?”

Model penelitian yang dikembangkan untuk membangun loyalitas nasabah asuransi melibatkan tiga variabel bebas yang meliputi kepercayaan, citra perusahaan, dan kualitas pelayanan. Data-data mengenai variabel tersebut didapatkan melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner kepada nasabah asuransi JP Bonding dari PT Asuransi Jasaraharja Putera di Semarang. Data-data tersebut selanjutnya dianalisis dengan menggunakan uji Regresi Berganda yang dijalankan dengan menggunakan Program SPSS.

Hasil analisis pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa kepercayaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah asuransi JP Bonding PT. Jasaraharja Putera Semarang, citra terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah asuransi JP Bonding PT. Jasaraharja Putera Semarang, dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah asuransi JP Bonding PT. Jasaraharja Putera Semarang.

Kata Kunci : kepercayaan, citra, kualitas pelayanan, loyalitas