

**ANALISA CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA ASURANSI KENDARAAN  
BERMOTOR JASINDO SYARIAH KANTOR CABANG JAKARTA (STUDI  
KASUS TERTANGGUNG MERUPAKAN NASABAH BANK SYARIAH  
INDONESIA TAHUN 2020-2021)**

**MULYO WAHONO**

**A22200008**

Pembimbing :

**Dr. Heppy Agustiana Vidyastuti, MP**

**ABSTRACT**

*The development of motorized vehicles in Indonesia in particular shows very rapid growth in line with the development of the automotive industry. The growth of private vehicles is far more prominent and dominating compared to motorized vehicles used for commerce or other public transportation. The large number of motorbikes circulating in Indonesia, especially four-wheeled vehicles, poses risks that must be borne by humans, so insurance is needed. PT. Asuransi Jasindo Syariah or better known as Jasindo Syariah is a general insurance company with sharia principles. There was a decrease in the number of policies in 2021, where previously in 2020 there were 467 to 359. There was a decrease again in 2022 to 321. This phenomenon had an impact on Customer recognition, namely Clients stated that they trusted company competition retail insurance products compared to insurance company products and these conditions indicate that consumer satisfaction with retail insurance products at the insurance companies studied is still weak. The purpose of this research is to know the customer's perception of Brand Image, Service Quality and Customer Satisfaction of insurance products of PT. Asuransi Jasindo Syariah, as well as the influence of Brand Image and Service Quality on customer satisfaction with PT. Jasindo Syariah Insurance. Furthermore, the data collected was processed using descriptive and verification analysis methods with a sample of 86 people using census techniques. Descriptive research results show that brand image, service quality and customer satisfaction are in the sufficient category, while the verification analysis shows that brand image and service quality have a significant influence on customer satisfaction for insurance products from PT. Jasindo Syariah Insurance.*

*Keywords : Brand Image, Service Quality, Customer Satisfaction*

## **ABSTRAK**

Perkembangan kendaraan bermotor di Indonesia khususnya menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat seiring dengan berkembangnya industri otomotif. Pertumbuhan kendaraan bermotor pribadi jauh lebih menonjol dan mendominasi dibandingkan dengan kendaraan bermotor yang digunakan untuk berniaga ataupun kendaraan umum lainnya. Banyaknya kendaraan motor yang beredar di Indonesia khususnya untuk kendaraan roda empat menimbulkan resiko yang harus di hadapi oleh manusia maka diperlukannya sebuah Asuransi. PT. Asuransi Jasindo Syariah atau yang lebih dikenal dengan Jasindo Syariah merupakan perusahaan asuransi umum dengan prinsip syariah. Terjadi penurunan jumlah polis di tahun 2021 dimana semula di tahun 2020 berjumlah 467 menjadi 359. Terjadi penurunan kembali di tahun 2022 menjadi 321. Fenomena tersebut berdampak pada pengakuan Nasabah, yaitu Nasabah menyatakan bahwa lebih mempercayai produk asuransi ritel perusahaan pesaing daripada produk perusahaan asuransi yang diteliti dan kondisi tersebut mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan terhadap produk asuransi ritel pada perusahaan asuransi yang diteliti masih lemah. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui persepsi pelanggan akan citra merek, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan atas produk asuransi PT. Asuransi Jasindo Syariah, serta besarnya pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan atas produk asuransi PT. Asuransi Jasindo Syariah. Selanjutnya data yang dikumpulkan diolah menggunakan metode analisa deskriptif dan verifikatif dengan sampel sebanyak 86 orang dengan menggunakan teknik sensus. Hasil penelitian secara deskriptif memperlihatkan bahwa citra merek, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berada dalam kategori cukup, sedangkan untuk analisis verifikatif menunjukan bahwa citra merek dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan atas produk asuransi dari PT. Asuransi Jasindo Syariah.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan