

**PENGARUH PRODUK DAN KINERJA KARYAWAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PT. PRUDENTIAL LIFE INSURANCE**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh :
INDRA SURYA
191010150**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

Judul : PENGARUH PRODUK DAN KINERJA KARYAWAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT.
PRUDENTIAL LIFE INSURANCE
Nama : Indra Surya
Nim : 191010150
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Medan, 05 Juli 2023

Disetujui oleh :

Tim Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II



Hommy Dorthy Ellvany Sinaga, S.T., M.M.

NIDN : 0112027303



Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

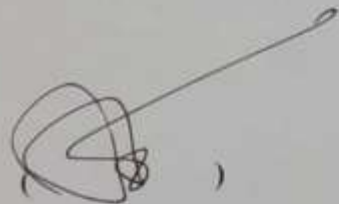
NIDN : 011508860

Diterima dan dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

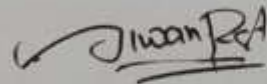
Judul : PENGARUH PRODUK DAN KINERJA
KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PT. PRUDENTIAL LIFE INSURANCE
Nama : Indra Surya
NIM : 191010150
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 05 Juli 2023
Dewan Penguji,

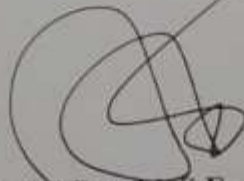
Penguji I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN 0006037202



Penguji II : Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si.
NIDN 0115019003



STIE Eka Prasetya,
Ketua



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Indra Surya
NIM	191010150
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Produk Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Prudential Life Insurance
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing-I	Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M
Pembimbing-II	Muhammad Ali Akbar, S.E., M.Si

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 05 Juli 2023



Indra Surya
191010150

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu peneliti mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **"PENGARUH PRODUK DAN KINERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT. PRUDENTIAL LIFE INSURANCE"** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan skripsi ini, peneliti ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

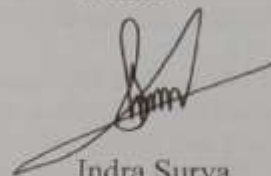
1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, S.T.S.Pd., M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si. dan selaku Dosen penguji I yang telah membantu memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M dan selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
4. Bapak Muhammad Ali Akbar, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
5. Bapak Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si. selaku Dosen Penguji II yang telah membantu memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.
7. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.
8. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.
9. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
10. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.

11. Kedua orang tua tercinta, saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 05 Juli 2023

Peneliti



Indra Surya
191010150

ABSTRAK

Indra Surya, 191010150. 2023, Pengaruh Produk Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Prudential Life Insurance, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M, Pembimbing II: Muhammad Ali Akbar, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Produk terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan, mengetahui pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan dan mengetahui pengaruh Produk dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder, unit analisis dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Prudential Life Insurance serta unit observasinya adalah PT. Prudential Life Insurance. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM kuliner jalan Sumatera Medan sebanyak 156 nasabah sedangkan sampel berjumlah 112 nasabah. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

Hasil analisis memberikan persamaan **Kepuasan Konsumen = 12.080 + 1,085 Produk + 0,171 Kinerja Karyawan + e**. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} (10,767) > t_{tabel} (1,982)$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh Produk terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} (3,525) > t_{tabel} (1,982)$ dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan. Hasil perhitungan diperoleh nilai $F_{hitung} (72,298) > F_{tabel} (3,08)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu secara simultan terdapat pengaruh Produk dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan. $R Square$ adalah sebesar 0.665 berarti Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan. dapat dijelaskan Produk dan Kinerja Karyawan sebesar 66,5% dan sisanya 33,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti kualitas pelayanan, harga premi, dan sebagainya.

Kata Kunci : Produk, Kinerja Karyawan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Indra Surya, 191010150. 2023, the effect of products and employee performance on consumer satisfaction PT. Prudential Life Insurance, Management Study Program, Advisor I: Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M, Advisor II: Muhammad Ali Akbar, S.E., M.Si.

This study aims to determine the effect of products on consumer satisfaction PT Prudential Life Insurance Medan, determine the effect of employee performance on consumer satisfaction PT Prudential Life Insurance Medan and determine the effect of products and employee performance on consumer satisfaction PT Prudential Life Insurance Medan.

The research methodology used is quantitative descriptive method. The type of data used in this study is quantitative data, which is data obtained in the form of numbers or Numbers. The source of data in the form of primary data and secondary data, the unit of analysis in this study is the customer of PT. Prudential Life Insurance and its observation unit is PT. Prudential Life Insurance. The population in this study is culinary SMEs jalan Sumatera Medan as many as 156 customers while the sample amounted to 112 customers. The Data were analyzed using multiple linear regression analysis method.

The results of the analysis give the equation Consumer Satisfaction = 12,080 + 1.085 products + 0.171 employee performance + e. The results of the calculation of the hypothesis partially obtained thitung value (10.767) > ttable (1.982) and a signifikan value of 0.000 < 0.05, then H0 rejected and Ha accepted means that partially there is the effect of the product on consumer satisfaction PT Prudential Life Insurance Medan. The results of the calculation of the hypothesis partially obtained thitung value (3.525) > ttable (1.982) and a signifikan value of 0.001 < 0.05, then H0 rejected and Ha accepted means that partially there is an effect of employee performance on consumer satisfaction PT Prudential Life Insurance Medan. The calculation results obtained Fhitung value (72.298) > Ftable (3.08) with a significance level of 0.000 < 0.05, then H0 rejected and Ha accepted that simultaneously there is an effect of product and employee performance on consumer satisfaction PT Prudential Life Insurance Medan. R Square is equal to 0.665 means customer satisfaction PT Prudential Life Insurance Medan. product and employee performance can be explained by 66.5% and the remaining 33.5% is influenced by other variables outside of this study such as service quality, premium prices, and so on.

Keywords: Product, Employee Performance, Customer Satisfaction

MOTTO

"Success in business implies optimism, mutual confidence, and fair play. A businessman must hold a high opinion of the worth of what he has to sell and he must feel that he is a useful public servant."

(R.H. Marcy)

" There is a Japanese proverb that literally goes 'Raise the sail with your stronger hand', meaning you must go after the opportunities that arise in life that you are best equipped to do."

(Soichiro Honda)

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersembahkan untuk :

Tuhan yang selalu menyertai, menyayangi dan memberkatiku.

Terima kasih banyak atas berkah kehidupan yang telah saya terima sampai saat ini.

Ibu dan ayah yang tidak pernah lelah mendampingi, mendukung dan menyayangi saya setiap harinya.
motivator terbesar dalam kehidupanku. Tak pernah cukup untuk membalas cinta,
keringat dan kasih sayang kepadaku.

Bapak dan Ibu dosen yang terhormat yang sudah membimbing saya sampai dengan hari ini. Dan selalu bersedia untuk membagi ilmunya kepada saya tanpa pamrih dan harap kembali, s
ungkan dan selalu bersedia untuk memberikan penjelasan dan jalan keluar yang baik.

Teman-teman yang telah memberikan saya semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi sampai akhir.

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIATRISME

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL xvi

DAFTAR GAMBAR xvii

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah 6

1.3 Batasan Masalah 6

1.4 Rumusan Masalah 6

1.5 Tujuan Penelitian 7

1.6 Manfaat Penelitian 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU 9

2.1 Tinjauan Pustaka 9

2.1.1 Kepuasan Konsumen 9

2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen 9

2.1.1.2	Tujuan Pengukuran Kepuasan Konsumen	10
2.1.1.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan	
	Konsumen	11
2.1.1.4	Indikator Kepuasan Konsumen	12
2.1.2	Produk	13
2.1.2.1	Pengertian Produk	13
2.1.2.2	Siklus Hidup Produk	15
2.1.2.3	Indikator Produk.....	15
2.1.3	Kinerja Karyawan.....	16
2.1.3.1	Pengertian Kinerja Karyawan	16
2.1.3.2	Tujuan Manajemen Tujuan Manajemen.....	17
2.1.3.3	Indikator Kinerja Karyawan.....	18
2.2	Penelitian Terdahulu	19
2.3	Kerangka Konseptual.....	21
2.4	Hipotesis	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		23
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3.1.1	Lokasi Penelitian	23
3.1.2	Waktu Penelitian	23
3.2	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	23
3.2.1	Jenis Data	23
3.2.2	Sumber Data	24
3.3	Populasi dan Sampel.....	25

3.3.1 Populasi	25
3.3.2 Sampel.....	25
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6 Teknik Analisis Data.....	28
3.6.1 Uji Validitas	28
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	28
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	29
3.7.1 Uji Normalitas	29
3.7.2 Uji Multikolinearitas.....	30
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	30
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda.....	31
3.9 Uji Hipotesis	31
3.9.1 Uji t (Uji Secara Parsial).....	31
3.9.2 Uji F (Uji Secara Simultan).....	32
3.10 Uji Koefisien Determinasi.....	33
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 35
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	35
4.1.1 Sejarah Singkat PT Prudential Life Insurance Kota Medan.....	35
4.1.2 Visi dan Misi PT. Prudential Life Insurance Medan	36
4.1.3 Struktur Organisasi PT. Prudential Life Insurance Medan.....	38
4.1.4 Karakteristik Responden	41

4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
4.1.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	42
4.1.5.1	Uji Validitas	42
4.1.5.2	Uji Reliabilitas.....	44
4.1.6	Uji Asumsi Klasik.....	45
4.1.6.1	Uji Normalitas	45
4.1.6.2	Uji Multikolonieritas	47
4.1.6.3	Uji Heteroskedastisitas	48
4.1.7	Analisis Regresi Linear Berganda	49
4.1.8	Pengujian Hipotesis	51
4.1.8.1	Uji Parsial (Uji t).....	51
4.1.8.2	Uji Simultan (Uji-F).....	52
4.1.8	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	53
4.2	Pembahasan.....	54
4.2.1	Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan.....	54
4.2.2	Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Med	55
4.2.3	Pengaruh Produk dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan.....	56

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN

	AKADEMIS	57
5.1	Kesimpulan	57

5.2 Implikasi Manajerial	57
5.3 Saran Akademis	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN OBSERVASI

SURAT BALASAN OBSERVASI

KARTU AUDIENCE SEMINAR PROPOSAL

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Nasabah Baru	2
Tabel 1.2	Perkembangan Jumlah Keluhan nasabah di Kantor	3
Tabel 1.3	Jumlah Nasabah Berhenti	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	26
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Lingkungan Bisnis (X_1)	43
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Kreativitas (X_2)	43
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Kinerja Usaha UMKM (Y)	44
Tabel 4.5	Uji Realibilitas.....	45
Tabel 4.6	Uji Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.7	Uji Multikolonieritas	47
Tabel 4.8	Hasil Analisis regresi Linear Berganda	50
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	52
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	53
Tabel 4.11	Uji Koefisien Determinasi	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	21
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. Prudential Life Insurance Medan	49
Gambar 4.2	Uji Normalitas Histogram	46
Gambar 4.3	Uji Normal <i>P-P Plot</i>	46
Gambar 4.4	Uji Heteroskedastisitas.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	: Tabulasi Kuesioner
Lampiran 3	: Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 4	: Tabulasi Kuesioner Sampel
Lampiran 5	: Regresi
Lampiran 6	: Tabel Statistik r
Lampiran 7	: Tabel Statistik t
Lampiran 8	: Tabel Statistik F

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perekonomian saat ini tidak dipungkiri bahwa persaingan antara perusahaan semakin kuat. Berbagai macam perusahaan yang ada di Indonesia berlomba-lomba untuk menjadikan daya saing yang tinggi dan unggul dalam dunia bisnis ekonomi. Persaingan antara perusahaan tersebut tidak kecuali dengan perusahaan jasa asuransi. Semakin maraknya perusahaan asuransi di Indonesia membuat pesaing sangat ketat untuk membuat eksistensinya di dunia perasuransian. Selain itu tidak dipungkiri sebagai makhluk hidup manusia membutuhkan perlindungan sewaktu waktu ketika dia berada dimana saja dan bahkan diwaktu kapanpun.

Asuransi memberikan perlindungan terhadap konsumen yang kemungkinan timbulnya suatu kerugian atau musibah peristiwa yang tidak disangka akan datangnya musibah tersebut. Asuransi memiliki beberapa jenis yaitu asuransi unit link dan asuransi tradisional. asuransi unit link adalah produk Asuransi Jiwa yang memiliki dua manfaat, yaitu memberikan proteksi Asuransi Jiwa dan memiliki nilai investasi, dimana nilai tersebut tidak dijamin dan dapat berubah tergantung perkembangan pasar modal. Dan asuransi tradisional adalah produk asuransi yang menawarkan kepastian manfaat asuransi yang nilainya sudah pasti dan dijamin.

Adapun yang menjadi perbedaan pokok antara asuransi unit link dengan asuransi tradisional adalah pengelolaan dalam produk tersebut Asuransi unit link merupakan produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi yang dapat memberikan dua manfaat sekaligus dalam satu polis, yaitu manfaat perlindungan

dan manfaat investasi yang memiliki risiko sesuai dengan dana investasi yang dipilih. Setelah dilakukannya pembayaran premi, sebagian premi akan dialokasikan ke manajer investasi untuk dikelola ke berbagai instrumen investasi, seperti saham, obligasi atau instrumen lain sesuai dengan pilihan konsumen imbal hasil yang dihasilkan dari unitlink sangat bergantung pada kondisi pasar. Meskipun terdapat kemungkinan untuk mendapatkan imbal hasil tetapi kemungkinan risiko gagal juga sama tingginya.

Kepuasan nasabah mengalami penurunan yang mengakibatkan kesulitan dalam penambahan nasabah baru. Berikut jumlah nasabah baru yaitu :

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Baru
PT. Prudential Life Insurance

Tahun	Jumlah Nasabah Baru	Persentase
2018	328	-
2019	276	-15.9%
2020	301	+9.1%
2021	248	-17.6%
2022	156	-37.1%

Sumber : PT. Prudential Life Insurance kota Medan, 2023

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah nasabah yang mengalami penurunan kecuali pada tahun 2020 yang menunjukkan peningkatan sebesar 9.1%. Sedangkan penurunan tertinggi terjadi pada tahun 2022 sebesar 37.1%. Dari data ini terlihat bahwa tingkat kepuasan nasabah yang mengalami penurunan yang disebabkan tingkat kekecewaan nasabah.

Salah satu Faktor yang diduga yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Produk asuransi mengalami penurunan dari segi manfaat dan kalah bersaing dengan produk asuransi lainnya. Penurunan produk ini mengakibatkan jumlah keluhan nasabah yang dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2
Perkembangan Jumlah Keluhan Nasabah di Kantor
PT. Prudential Life Insurance Kota Medan
Tahun 2022

No.	Bulan	Jumlah Keluhan Nasabah
1.	Januari	2
2.	Februari	-
3.	Maret	3
4.	April	1
5.	Mei	1
6.	Juni	-
7.	Juli	4
8.	Agustus	2
9.	September	-
10.	Oktober	1
11.	November	3
12.	Desember	5

Sumber : PT. Prudential Life Insurance kota Medan, 2023

Dari Tabel 1.2 menunjukkan bahwa terjadi keluhan nasabah pada tahun 2022. Keluhan terbanyak pada Desember 2022. Banyaknya keluhan nasabah berkaitan dengan tidak mendapatkan apa-apa hingga masa asuransi tersebut habis walaupun selalu membayar premi rutin dan tidak melakukan *claim*, produk asuransi yang dibeli nasabah tidak sesuai dengan kenyataan ketika nasabah mengajukan *claim*, manfaat asuransi tidak sesuai dengan yang diterima oleh nasabah, limit produk asuransi yang tergolong kecil dibandingkan dengan para pesaingnya dengan jumlah pembayaran premi yang sama, harga premi yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan pesaing seperti Panin Daichi Life yang mempunyai minimal premi yang lebih murah Rp 350.000 dengan memperoleh manfaat yang sama. Hal ini memicu kekecewaan nasabah sehingga banyak nasabah yang tidak puas kemudian berhenti melakukan pembayaran premi.

Kualitas produk adalah keseluruhan karakteristik dan karakteristik dari kemampuan suatu produk atau jasa untuk memenuhi permintaan yang telah

ditentukan sebelumnya. Oleh karena itu, perusahaan harus mengerti persepsi konsumen yang menyangkut kualitas produk tersebut. Dengan meningkatkan fungsionalitas Produk, maka akan tercipta keunggulan kompetitif dan dengan demikian membuat pelanggan Lebih puas. Semakin tinggi tingkat kualitas produk yang memenuhi kebutuhan konsumen Maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Baik kualitas layanan maupun kualitas Produk harus diperhatikan secara bersamaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kinerja karyawan mempunyai peran dalam penciptaan kepuasan nasabah. berbeda. Integritas seseorang akan memenuhi syarat jika presentasi pekerja atau orang dapat diterima. Apabila suatu perusahaan ingin berhasil dengan cepat, maka perusahaan itu harus memiliki karyawan yang dilengkapi dengan kemampuan yang lebih kompeten. Karyawan yang lebih baik lagi mampu membuat pegawai lebih setia, terinspirasi untuk bekerja dengan bahagia dan yang paling utama yaitu membangun peluang untuk mencapai produktivitas kinerja yang lebih baik lagi. Karyawan yang mempunyai keunggulan yang dapat dilihat dari kapasitas pekerja, informasi, inovasi, partisipasi, jaminan dan kualitas setiap individu. Karyawan yang bekerja yang sangat gigih akan mempengaruhi kepada kinerja yang tinggi pula.

Kinerja karyawan pada perusahaan ini mengalami penurunan tercermin dengan pelayanan yang diberikan mengecewakan. Tidak seperti pesaingnya dimana banyaknya *agent* yang mempunyai dedikasi yang baik dalam pelayanan dan sering membantu para nasabah dengan cepat dan tanggap baik dalam proses rumah sakit maupun *claim* asuransi yang diurus dengan tepat. Hal ini mengakibatkan banyaknya pelanggan berhenti kemudian beralih ke asuransi lainnya.

Tabel 1.3
Jumlah Nasabah Berhenti
PT. Prudential Life Insurance

Tahun	Jumlah Nasabah Berhenti
2018	14
2019	26
2020	31
2021	42
2022	89

Sumber : PT. Prudential Life Insurance kota Medan, 2023

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa terjadinya peningkatan nasabah yang berhenti membayar premi asuransinya yang disebabkan kekecewaan nasabah terhadap kinerja karyawan perusahaan PT. Prudential Life Insurance kota Medan seperti Penyelesaian premi yang cukup lama, proses *claim* yang menyulitkan nasabah sehingga terkadang menimbulkan kemarahan nasabah, staf *agent* yang menginformasikan produk asuransi kepada nasabah yang berbeda dengan keaslian sehingga sangat mengecewakan pelanggan, ditambah dengan staf *agent* yang kurang baik dalam melayani kepengurusan rumah sakit nasabah dan *claim* nasabah .

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik dengan judul “**PENGARUH PRODUK DAN KINERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT. PRUDENTIAL LIFE INSURANCE**”

1.3 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini yakni:

1. Kepuasan nasabah mengalami penurunan yang mengakibatkan kesulitan dalam penambahan nasabah baru.

2. Produk asuransi mengalami penurunan dari segi manfaat dan kalah bersaing dengan produk asuransi lainnya sehingga mengakibatkan penurunan produk ini mengakibatkan jumlah keluhan nasabah.
3. Kinerja karyawan pada perusahaan ini mengalami penurunan tercermin dengan pelayanan yang diberikan mengecewakan. Hal ini mengakibatkan banyaknya pelanggan berhenti kemudian beralih ke asuransi lainnya.

1.3 Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel bebas produk (X_1) dan Kinerja Karyawan (X_2) serta variabel terikat Kepuasan Nasabah (Y). Objek penelitian ini adalah nasabah PT. Prudential Life Insurance Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan?
2. Apakah Kinerja Karyawan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan?
3. Apakah Produk dan Kinerja Karyawan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Produk terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Produk dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan.

1.6 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan PT Prudential Life Insurance Kota Medan
Sebagai dasar peningkatan Kepuasan Konsumen masa yang akan datang dengan perbaikan Produk dan Kinerja Karyawan.

2. Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi untuk menambah ilmu bagi penulis tentang pemasaran untuk dapat diterapkan pada permasalahan dalam dunia nyata yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.

3. Bagi Akademis

Diharapkan dapat berguna untuk menjadi bahan acuan bagi penelitian-penelitian yang akan dilakukan oleh siapa yang ingin mengkaji persoalan yang relevan dengan hasil penelitian ini, sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik dan akurat. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat juga dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya, seperti permasalahan yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kepuasan Konsumen

2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal ke depannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada pelanggan lain. Tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi pengusaha tersebut.

Menurut Arianto (2022:157), “Kepuasan Pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi”. Menurut Gultom, dkk (2022:121), “Kepuasan Pelanggan adalah suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen.”

Menurut Dewi (2022:25), “Kepuasan Konsumen merupakan tujuan dan sasaran pemasaran. Perusahaan akan bertindak bijak dengan mengukur kepuasan pelanggan secara berkala, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.” Menurut Sudaryono (2022:306), “Kepuasan Konsumen adalah respons pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.”

Menurut Fuadi, dkk (2021:68), “Kepuasan konsumen adalah salah satu peran penting dalam dunia bisnis, dimana tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan adalah kepuasan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus jeli dalam pemenuhan kepuasan konsumen mengetahui bahwa kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah”.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini merupakan penilaian evaluative pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa tersebut.

2.1.1.2 Tujuan Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan konsumen untuk datang kembali untuk pembelian ulang, serta dapat juga membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Menurut Candrianjo (2021:80), Ukuran kepuasan pelanggan dapat dikategorikan sebagai kurang puas, puas dan sangat puas. Pengukuran mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Mempelajari persepsi masing-masing pelanggan terhadap mutu pelayanan yang dicari, diminati dan diterima atau tidak diterima pelanggan, yang akhirnya pelanggan merasa puas dan terus melakukan kerja sama.

2. Mengetahui kebutuhan, keinginan, persyaratan dan harapan pelanggan pada saat sekarang dan masa yang akan datang yang disediakan perusahaan yang sesungguhnya dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima.
3. Meningkatkan mutu pelayanan sesuai dengan harapan-harapan pelanggan.
4. Menyusun rencana kerja dan menyempurnakan kualitas pelayanan di masa yang akan datang.

2.1.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Pada dasarnya, kepuasan konsumen itu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen, dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi ataupun jasa yang diterima. Menurut Fuadi, dkk (2021:69), perasaan senang atau kecewa pada seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk, memiliki lima faktor penentu yang memengaruhi tingkat kepuasan seseorang, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas produk dan jasa, konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk dan jasa yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional konsumen, konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dan jasa dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat

kepuasan yang lebih tinggi.

4. Harga produk, produk yang memiliki kualitas yang sama namun dalam menetapkan harga relatif lebih murah sehingga akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
5. Biaya konsumen, konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2.1.1.4 Indikator Kepuasan Pelanggan

Semakin banyak pesaing, perusahaan semakin dituntut untuk dapat melihat setiap kesempatan serta mengembangkan strategi untuk dapat memberikan kepuasan konsumen secara maksimal. Menurut Dewi (2022:25), indikator kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut:

1. Tetap setia untuk waktu yang lebih lama
Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru.
2. Membeli lagi ketika ada produk baru
Cara menarik pelanggan agar membeli produk adalah dengan penciptaan produk yang berkualitas dan menawarkan pada konsumen yang tepat
3. Membicarakan hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain
Hal ini berkaitan dengan mengatakan hal yang positif tentang perusahaan kepada orang lain.
4. Tidak terlalu memperhatikan merek pesaing

Konsumen cenderung membeli produk dari perusahaan yang mereka kenali. Jika merek Anda konsisten dan mudah dikenali, hal ini dapat membantu orang merasa lebih nyaman saat membeli produk atau layanan.

5. Tidak terlalu sensitif terhadap harga.

Sensitivitas terhadap harga membuat pelanggan menjadikan harga sebagai faktor terbesar dalam keputusan pembelian.

2.1.2 Produk

2.1.2.1 Pengertian Produk

Produk yang berkualitas memang menjadi kriteria pertama yang dicari oleh konsumen, para konsumen tentunya tidak mau asal-asalan dalam membelanjakan uangnya. Konsumen takut bahwa uang dan energi yang telah mereka keluarkan tidak sebanding dengan kualitas yang akan mereka dapatkan.

Menurut Atsar dan Apriani (2019:60), “Produk ialah segala barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu proses sehingga produk berkaitan erat dengan teknologi. Pemakaian teknologi yang makin baik, di satu sisi memungkinkan pelaku usaha mampu membuat produk beraneka macam jenis, bentuk, kegunaan, maupun kualitasnya sehingga pemenuhan kebutuhan bagian terbesar lapisan masyarakat”.

Menurut Nugroho (2019:14), “Produk adalah suatu barang yang nyata (*tangible or object*), suatu servis atau suatu kualitas barang yang tidak nyata (*intangible*) yang memuaskan keinginan atau kebutuhan pelanggan”. Menurut Musnaini, dkk (2021:11), “Produk ialah sesuatu yang ditawarkan kepada pasar,

guna mendapatkan perhatian dan minat dari konsumen untuk membeli, menggunakan atau mengkonsumsinya. terdapat jenis kebijakan produk yaitu atribut produk dan daur hidup produk”.

Menurut Arman (2022:40), “Produk merupakan unsur penting dalam sebuah program dan strategi pemasaran. Karena pembelian sebuah produk tidak hanya sebatas untuk memiliki produk tersebut, melainkan juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen”. Menurut Solissa (2023:224), “Produk adalah segala sesuatu dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan”.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan ,dimiliki, digunakan ,atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk mencakup objek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan.

2.1.2.2 Siklus Hidup Produk

Menurut Wijayanto (2022:208), secara umum terdapat fase siklus hidup produk, yaitu:

- 1 Perkenalan (*introduction*)

Pada fase ini, produk memasuki fase awal di mana produk cenderung belum terlalu banyak dikenal sehingga omzet penjualannya juga masih rendah.

2 Pertumbuhan (*growth*)

Pada fase ini, produk sudah dikenal dan diterima oleh konsumen. Oleh karena itu, terjadi pertumbuhan omzet penjualan yang signifikan.

3 Matang (*mature*)

Pada fase ini, penjualan masih bertumbuh, namun mulai melambat. Selain itu, pada fase ini penjualan merupakan yang tertinggi dibandingkan fase lainnya.

4 Menurun (*decline*)

Setelah fase matang, tahap berikutnya adalah memasuki fase menurun. Pada fase ini, penjualan dan keuntungan mulai terus mengalami penurunan.

2.1.2.3 Indikator Produk

Untuk mengetahui standar kualitas sebuah produk, tentunya tidak hanya ditentukan oleh produsen, tetapi juga harus melalui serangkaian survey terhadap konsumen. Menurut Raharjo dan Rinawari (2019:9), Strategi produk dengan indikator-indikator yaitu:

1. Merek dagang

Merek dagang atau cap dagang (*rademark*) adalah jenis kekayaan intelektual berupa nama atau simbol yang dikaitkan dengan produk atau jasa tertentu. Pemilik merek dagang dapat berupa individu, organisasi bisnis, atau badan hukum apa pun.

2. Kualitas produk dan jasa

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan.

2.1.3 Kinerja Karyawan

2.1.3.1 Pengertian Kinerja Karyawan

Peningkatan potensi pribadi juga dapat membawa peningkatan daya saing perusahaan. Tujuan akhir dari manajemen kinerja adalah untuk mengkoordinasikan dan mengimplemntasikan tujuan stratgei perusahaan.

Menurut Sinaga, dkk (2020:6), “Kinerja adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan pihak manajemen sebagai salah satu bentuk upaya untuk meningkatkan kinerja pegawai melalui *planning, organizing, actuating* hingga *controlling* sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan dengan harapan diperolehnya hasil yang optimal sesuai dengan yang telah ditentukan oleh perusahaan”.

Menurut Wijoyo, dkk (2021:17), “Kinerja adalah pekerjaan yang dicapai oleh karyawan dalam menyelesaikan tugasnya dan tanggung jawab yang diberikan dalam periode tertentu.” Menurut Nofriansyah (2018:19), “Kinerja adalah kemampuan yang dilakukan untuk mencapai hasil kerja yang diharapkan bersama ke arah tercapainya tujuan lembaga atau perusahaan.”.

Menurut Armansyah (2022:72), “Kinerja karyawan adalah evaluasi kerja yang dilakukan pemimpin untuk melakukan penilaian terhadap tiap-tiap anggota

kelompok. Tidak hanya itu, tiap-tiap individu juga dilakukan penilaian kerja. Lingkup yang dievaluasi antara lain hasil kerja bawahannya tersebut apakah sesuai dengan sasaran, standar, kriteria yang ditetapkan perusahaan. Menurut Pudjiarti, dkk (2020:7), “Kinerja karyawan adalah hasil kerja karyawan diidentifikasi dari kemampuan karyawan”.

Berdasarkan pembahasan pengertian di atas bahwa dapat disimpulkan kinerja karyawan adalah hasil dari performa karyawan yang memengaruhi seberapa banyak mereka memberikan kontribusi kepada organisasi.

2.1.3.2 Tujuan Manajemen Kinerja Karyawan

Dalam lingkungan persaingan pasar yang ketat, kinerja karyawan tidak lagi terbatas pada indikator keuangan dan indikator jangka pendek, tetapi secara bertahap dikembangkan dan diperluas dan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Dalam hal ini, untuk mencerminkan tingkat kinerja karyawan secara akurat dan andal perlu mengikuti prinsip kelengkapan dan mencakup semua aspek tingkat kinerja dengan indikator evaluasi kinerja. Menurut Widodo (2021:6), tujuan dari manajemen kinerja sebagai berikut:

1. Tujuan stratejik, yaitu mengaitkan kegiatan pegawai dengan tujuan organisasi. Pelaksanaan strategi perlu mendefinisikan hasil yang akan dicapai dan mengembangkan pengukuran serta umpan balik terhadap kinerja pegawai.
2. Tujuan administratif, yaitu menggunakan informasi mengenai manajemen kinerja khususnya evaluasi kerja untuk kepentingan keputusan

administratif, seperti penggajian, promosi dan pemberhentian pegawai.

3. Tujuan pengembangan, yaitu bertujuan untuk mengembangkan kapasitas pegawai yang berhasil di bidang kerjanya. Sedangkan bagi karyawan yang tidak memiliki kinerja yang baik perlu mendapat pemberdayaan melalui training, penempatan yang lebih cocok dan lain sebagainya.

2.1.3.3 Indikator Kinerja

Kinerja karyawan secara objektif dan akurat dapat dievaluasi melalui tolak ukur tingkat kinerja. Pengukuran tersebut berarti memberi kesempatan bagi para karyawan untuk mengetahui tingkat kinerja mereka. Menurut Rezeki (2022:19), indikator kinerja karyawan adalah :

1. *Interpersonal competence*

Kemampuan seseorang untuk menjalin hubungan baik dengan orang lain serta kemampuan untuk bekerja sama dengan rekan kerja lainnya.

2. *Effort*

Jumlah usaha dalam kerja nyata yang diperlihatkan oleh karyawan dalam upayannya menyelesaikan pekerjaan yang dapat dilihat dari inisiatif dan giat tidaknya seorang karyawan dalam bekerja.

3. Prestasi kerja

Prestasi kerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

4. *Quality kerja*

Quality kerja merupakan suatu hasil yang dapat diukur dengan efektifitas dan efisiensi suatu pekerjaan yang dilakukan oleh sumber daya manusia atau sumber daya lainnya dalam pencapaian tujuan atau sasaran perusahaan dengan baik dan berdaya guna.

5. *Quantity* kerja

Quantity kerja merujuk pada jumlah kerja yang dicapai karyawan perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut :

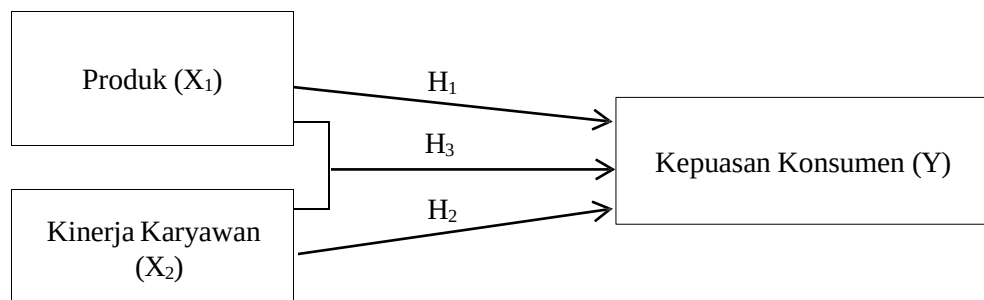
Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Sari dan Razak (2017) Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana ISSN: 2338 – 4794 SINTA 5 Jakarta	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	X ₁ =Kualitas Produk X ₂ =Kualitas Layanan Y=Kepuasan Pelanggan	Hasil peneltian menunjukakn bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
2.	Azkiya, dkk (2022) Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam ISSN 2620-295 SINTA 2 Bogor	Pengaruh Kinerja Karyawan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia: Studi Riset Bank Syariah Indonesia KCP Citeureup 1	X ₁ =Kinerja Karyawan, X ₂ =Kualitas Pelayanan X ₃ =Kualitas Produk Y=Kepuasan Nasabah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara Kinerja Karyawan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah
3.	Afnina dan Hastuti (2018) Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis ISSN 2089-1989 SINTA 3 Langsa	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	X=Kualitas Produk Y=Kepuasan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4.	Samir, dkk (2021) <i>The International Journal of Business (The Jobs Review)</i> ISSN 2621-7317 SINTA 4 Jakarta	<i>The Effect of Product Quality on Customer's Satisfaction and Loyalty of EMN Brand in the Ecommerce Era</i>	X=Kualitas Produk Y=Kepuasan dan Loyalitas	Hasil peneltian menunjukakn bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
5.	Mahsyar dan Surapati (2020) <i>International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)</i> ISSN 2622-4771 SINTA 4 Kalimantan	<i>Effect Of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty</i>	X ₁ =Kualitas Produk X ₂ =Kualitas Layanan Y=Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	Hasil peneltian menunjukakn bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
6.	Traufik, dkk (2021) <i>Journal of Consumer Sciences</i> ISSN 2460-8963 SINTA 3 Jakarta	<i>The Role of Service and Product Quality on Customer Loyalty</i>	X ₁ =Pelayanan X ₂ =Kualitas Produk Y= Loyalitas Pelanggan	Hasil peneltian menunjukakn bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kerangka konseptual adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Berikut hipotesis penelitian yang digunakan penulis yakni sebagai berikut :

- H₁: Terdapat pengaruh Produk terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan
- H₂: Terdapat pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan
- H₃: Terdapat pengaruh Produk dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dilakukannya penelitian adalah PT. Prudential Life Insurance yang beralamat di jalan Ir. H Juanda, Suka Damai, Kota Medan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan Maret 2023 sampai dengan April 2023.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Lutfi, dkk (2022:65), ada dua jenis data yang umumnya digunakan dalam penelitian yaitu :

1. Data kualitatif

Data kualitatif adalah data yang berhubungan dengan kategorisasi (pengelompokkan) yang sifatnya menunjukkan kualitas dan bukan angka atau nilai kuantitatif tertentu.

2. Data kuantitatif

Data kuantitatif adalah data-data yang berwujud angka-angka tertentu yang dapat dioperasikan secara matematis.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana data yang digunakan berupa data kuantitatif yang berasal dari jawaban yang akan diberikan oleh responden melalui kuesioner yang akan disebarakan.

3.2.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2017: 193) terdapat 2 sumber data yaitu :

1. **Data Primer**

Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Artinya sumber data penelitian diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu objek, kejadian atau hasil pengajuan (benda). Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara menjawab pertanyaan riset (metode survei) atau penelitian benda (metode observasi).

2. **Data Sekunder**

Data Sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Artinya sumber data penelitian diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku catatan, bukti yang telah ada atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke Perpustakaan Pusat Kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitiannya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi dalam suatu penelitian perlu ditetapkan dengan tujuan agar penelitian yang dilakukan benar-benar mendapatkan data sesuai yang diharapkan. Menurut Hamid Darmadi (2011:46), Populasi adalah seluruh subjek di dalam wilayah penelitian dijadikan subjek penelitian. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang melakukan pembelian di perusahaan pada tahun 2022 yaitu sebanyak 156 nasabah.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Arikunto (2019:109), “Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Teknik pengambilan sampel penelitian dengan rumus slovin. Rumus slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah populasi
- e = Tingkat toleransi kesalahan dalam pengambilan sampel (5%)

Berdasarkan rumus slovin dapat diketahui jumlah sampel penelitian adalah

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{156}{1 + (156)(0.05)^2}$$

$$n = 112$$

Berdasarkan data dari jumlah populasi diatas yang berjumlah 112 pelanggan dan dilakukan pengecilan jumlah sampel dengan rumus slovin dengan penggunaan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5% maka dengan demikian dapat diketahui bahwa jumlah dari sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 112 nasabah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* . Menurut Sugiyono, (2017:85), *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berikut ini adalah beberapa definisi operasional variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Pengukuran
Kepuasan Konsumen (Y)	kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya	1. Tetap setia untuk waktu yang lebih lama 2. Membeli lagi ketika ada produk baru 3. Membicarakan hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain 4. Tidak terlalu memperhatikan merek pesaing 5. Tidak terlalu sensitif terhadap harga.	Skala <i>Likert</i>

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Pengukuran
		Sumber : Dewi (2022:25)	
Produk (X_1)	Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan ,dimiliki, digunakan ,atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk mencakup objek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan	1. Merek dagang 2. Kualitas produk dan jasa Sumber : Raharjo dan Rinawati (2019:9)	Skala <i>Likert</i>
Kinerja Karyawan (X_2)	Kinerja karyawan adalah hasil dari performa karyawan yang memengaruhi seberapa banyak mereka memberikan kontribusi kepada organisasi	1. <i>Interpersonal competence</i> 2. <i>Effort</i> 3. <i>Quality</i> kerja 4. <i>Quantity</i> kerja Sumber : Rezeki (2022:19)	Skala <i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner atau angket. Menurut Sugiyono (2017:142) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Menurut Sugiyono (2012:93), Skala *Likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala *Likert* umumnya menggunakan 4 angka penelitian yaitu:

Tabel 3.2
Skala Likert

Skor	Deskripsi
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Netral (N)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Sumber: Sugiyono (2017:93)

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Ghazali (2018:52), Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Kriteria pengujian validitas adalah:

1. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan valid apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$
2. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut Ghazali (2018:47), Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut :

1. *Cronbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* $0,6-0,79$ = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* $0,8$ = reliabilitas baik.

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak *valid* untuk jumlah sampel yang kecil. Menurut Ghozali (2018:154), Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu :

1. Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis

diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Analisis *Kolmogorov-Smirnov*

Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Pedoman dalam pengambilan keputusan ini adalah :

- a. $p < 0,05$ maka distribusi data tidak normal.
- b. $p \geq 0,05$ maka distribusi data normal.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Menurut Ghazali (2018:103) Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jadi syarat untuk melihat nilai *Tolerance* dan *Varian Inflation Factor* (VIF) pada model regresi apabila :

1. Nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
2. Nilai $VIF > 10$ dan $tolerance < 0,1$ maka dinyatakan terjadi multikolinieritas.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Menurut Ghazali (2018:134), Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar analisis sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda karena menggunakan variabel bebas lebih dari satu. Menurut Ghazali (2018:8), analisis regresi linear berganda digunakan untuk lebih dari satu variabel bebas (*metric*) terhadap satu variabel terikat. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan model regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y	=	Kepuasan Konsumen
X ₁	=	Produk
X ₂	=	Kinerja Karyawan

α	=	konstanta
β_1	=	koefisien untuk variabel Produk
β_2	=	koefisien untuk variabel Kinerja Karyawan
e	=	persentase kesalahan (5%)

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Pengujian hipotesis secara parsial mempunyai tujuan dalam menganalisis pengaruh secara individual pengaruh bebas terhadap terikat. Menurut Ghozali (2018:97), “Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen”. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai t_{hitung} dari t_{tabel} :

1. $H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$, Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh Produk dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan.
2. $H_a : \beta_1 \beta_2 \neq 0$, Artinya secara parsial terdapat pengaruh Produk dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai signifikansi :

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

3.9.2 Uji F (Uji Secara Simultan)

Tidak seperti uji t yang menugji signifikansi koefisien regresi secara individu dengan uji hipotesis terpisah bahwa setiap koefisien regresi sama dengan nol. Menurut Ghozali (2018:96), Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai F hitung dari F tabel :

1. $H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$, Artinya secara simultan tidak terdapat pengaruh Produk dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan.
2. $H_a : \beta_1 \beta_2 \neq 0$, Artinya secara simultan terdapat pengaruh Produk dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai signifikansi :

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

3.10 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:95), Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan modal dalam menerangkan variasi variabel

dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat PT. Prudential Life Insurance Medan

Prudential PLC (*Public Limited Company*) merupakan perusahaan jasa keuangan terkemuka asal Inggris yang berdiri sejak tahun 1848. Prudential plc memiliki tujuan untuk membantu masyarakat dalam merencanakan keuangan mereka dan keluarga, dengan cara menyediakan produk-produk untuk mengatasi resiko keuangan yang dipilih. Di Asia, Prudential telah memiliki pengalaman lebih dari 86 tahun dengan dibukanya unit bisnis prudential pertama di Malaysia. Kantor regional Prudential di Asia adalah Prudential Corporation Asia (PCA) di Hongkong yang didirikan tahun 1994. Kini, Prudential di Asia telah berhasil menjadi salah satu grup perusahaan asuransi jiwa terdepan di Asia dengan operasi asuransi jiwa dan pengelolaan dana di 11 negara, yaitu Cina, Filipina, Hongkong, India, Indonesia, Korea, Malaysia, Singapura, Taiwan, Thailand, dan Vietnam. Di Indonesia, Prudential Indonesia merupakan bagian dari Prudential Plc (Public Limited Company) London, Inggris dan menginduk pada kantor regional Prudential Corporation Asia (PCA) yang berkedudukan di Hongkong. Sejak didirikan pada tahun 1995, Prudential Indonesia telah menerima berbagai penghargaan, salah satunya adalah penghargaan sebagai “lifetime achievement award for best life insurance company” dari majalah investor pada tahun 2007. Di tahun 2011, Prudential Indonesia mendapatkan berbagai penghargaan dari media massa salah

satunya adalah penghargaan dari Markeeters Community sebagai “Indonesia Brand Champion 2011-The Most Popular Brand Of Unit Link Insurance”, “Indonesia Brand Champion 2011-The Best Customer Choice Of Unit Link Insurance” dan “Indonesia Brand Champion 2011-The Best Customer Choice Of Islamic Life Insurance”.² Dari berbagai penghargaan yang telah diraih tersebut membuktikan PT. Prudential Life Assurance sebagai salah satu perusahaan asuransi terkemuka di Indonesia

4.1.2 Visi dan Misi PT. Prudential Life Insurance Medan

Sebagai salah satu perusahaan asuransi yang terbesar dan terkemuka di Indonesia, PT. Prudential Life Assurance memiliki visi dan misi bagi shareholder maupun stakeholder. Hal ini ditujukan agar perusahaan dapat mencapai tujuan yang telah direncanakan bersama

1. Visi PT. Prudential Life Assurance
 - a. Menjadi perusahaan nomor satu Asia, dalam hal:
 - b. Pelayanan nasabah Nasabah adalah kunci penting dalam bisnis asuransi, oleh karena itu pelayanan terhadap nasabah merupakan hal penting bagi PT. Prudential Life Assurance untuk mencapai tujuan yaitu menjadi perusahaan jasa keuangan nomor satu.
 - c. Memberikan hasil terbaik bagi para pemegang saham Prudential memiliki komitmen yang tinggi untuk memberikan hasil yang memuaskan kepada para pemegang saham sehingga mereka akan terus

memberikan dukungan yang lebih baik lagi demi keberhasilan perusahaan dalam perkembangannya.

- d. Mempekerjakan orang-orang terbaik Untuk mendukung keberhasilan tujuan dan visi ini, PT. Prudential Life Assurance senantiasa mengembangkan kemampuan sumberdaya manusianya, baik para tenaga pemasaran maupun karyawan. Oleh karena itu, PT. Prudential Life Assurance sangat mengutamakan pendidikan, pelatihan dan pengembangan bagi para tenaga pemasaran dan karyawan sehingga tujuan dan misi perusahaan dapat dicapai dengan hasil terbaik.

2. Misi PT. Prudential Life Assurance

Sebagai usaha untuk mewujudkan visi perusahaan, PT. Prudential Life Assurance mempunyai misi agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Misi PT. Prudential Life Assurance adalah “Menjadi perusahaan jasa keuangan ritel terbaik di Indonesia, melampaui pengharapan para nasabah, tenaga pemasaran, staf dan pemegang saham dengan memberikan pelayanan terbaik, produk berkualitas, staf serta tenaga profesional yang berkomitmen tinggi serta menghasilkan pendapatan investasi yang menguntungkan”. Sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari misi, PT. Prudential Life Assurance memiliki empat pilar (four pillars), yaitu pondasi yang merupakan dasar berdiri dan berkembangnya perusahaan serta yang membedakannya dengan perusahaan-perusahaan lain. Berikut ini adalah Empat Pilar tersebut:

- a. Semangat untuk selalu menjadi yang terbaik

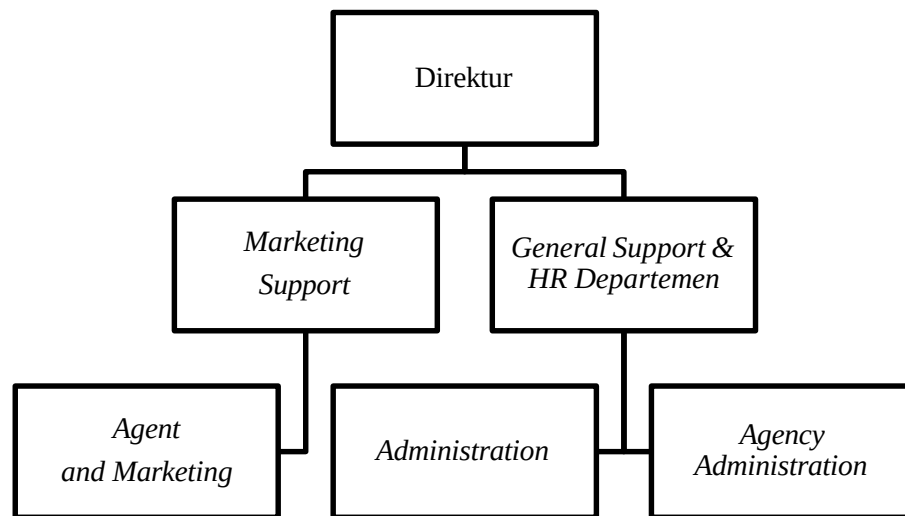
- b. Organisasi yang memberikan kesempatan belajar
- c. Bekerja sebagai suatu keluarga
- d. Integritas dan keuntungan yang merata bagi semua pihak yang terkait dengan perusahaan

Meskipun misi dan empat pilar sudah menjelaskan arah dan tujuan perusahaan, untuk lebih memperkuatnya, PT. Prudential Life Assurance mengadopsi Core Values (prinsip-prinsip dasar) yang dikembangkan oleh Prudential Corporation Asia (PCA) sebagai panduan kepada setiap orang di perusahaan dalam bekerja. Core Values (prinsip-prinsip dasar) tersebut yaitu:

- a. Berinovasi dalam menciptakan peluang
- b. Menunjukkan rasa peduli dan memahami
- c. Bekerja sama
- d. Memberikan yang terbaik

4.1.3 Struktur Organisasi PT. Prudential Life Insurance Medan

Dalam menyusun suatu struktur organisasi merupakan langkah yang sangat penting sebelum kegiatan lainnya dilaksanakan. Karena dalam kenyataan bahwa tujuan organisasi akan lebih mudah dicapai. Dengan adanya struktur organisasi akan kelihatan lebih jelas dalam hal pembagian tugas dan tanggung jawab. Sehingga memudahkan untuk mengarahkan dan mengawasi dalam hal pelaksanaan kegiatan yang telah direncanakan terlebih dahulu. Berikut Struktur organisasi PT. Prudential Life Insurance Medan yaitu :



Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Gambar 4.1.
Struktur Organisasi PT. Prudential Life Insurance Medan

Adapun tugas dari setiap bagian di dalam PT. Prudential Life Insurance Medan yaitu sebagai berikut:

1. Direktur
 - a. Membina seluruh pengurus PT. Prudential Life Insurance Medan melakukan tugas berjalan dengan baik.
 - b. Membuat peraturan dalam hal manajemen.
 - c. Memonitori kerja dari para bawahannya
2. *Marketing Support*
 - a. Melakukan perhitungan kontes.
 - b. Melakukan perhitungan omset *agent*.
 - c. Menghitung kekurangan omset untuk kontes.
 - d. Mengurus *training agent*.

- e. Mengurus, mengawasi dan mengontrol *gathering*.
 - f. Mengurus hadiah yang akan diberikan kepada nasabah.
3. *Agent and Marketing*
- a. *Prospecting* nasabah.
 - b. Mengejar target yang ditetapkan oleh perusahaan.
 - c. Membantu nasabah dalam pengurusan *claim*.
4. *General Support & HR Departement*
- a. Mengontrol fasilitas yang tersedia di dalam perusahaan.
 - b. Mengurus kekurangan *stationary*.
 - c. Mengawasi kebersihan di lingkungan perkantoran.
 - d. Mengurus sistem pengajian.
 - e. Mengurus hal-hal umum.
5. *Administration*
- a. Mempunyai tugas sebagai *submit case*
 - b. Melakukan pencairan *top up*.
 - c. Melakukan penarikan sebagian *top up*
 - d. Input data nasabah
6. *Administration Agency*
- a. Menginput data agen
 - b. Mengurus *terminate*,
 - c. Mengurus dan memantau ujian *agent*
 - d. Mengurus pendinginan data agen
 - e. Melakukan penerimaan polis yang datang serta polis didata dan di *scan*

sebelum diserahkan ke *agent*.

4.1.4 Karakteristik Responden

4.1.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Hasil analisis data berdasarkan usia responden dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Pelanggan	Persentase
>20-30 Tahun	34	30%
30-40 Tahun	36	32%
> 40 Tahun	42	38%
Total	112	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4.1. responden dalam penelitian ini adalah yang berusia di bawah 20-30 tahun sebanyak 34 responden, responden dalam penelitian ini adalah yang berusia 30-40 tahun sebanyak 36 responden dan responden dalam penelitian ini adalah yang berusia di atas 40 tahun sebanyak 42 responden. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah usia >40 tahun, dikarenakan lebih banyak responden berusia >40 berjumpa dengan agent saat berada di lokasi bank..

4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden dalam penelitian berdasarkan jenis kelamin responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Pelanggan	Persentase
Laki-laki	41	37%
Perempuan	71	63%
Total	112	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4.1. responden dalam penelitian ini adalah yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 41 responden dan responden dalam penelitian ini adalah yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 71 responden. Mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan, dikarenakan responden wanita lebih banyak langsung berurusan dengan pihak bank dan agent asuransi di bank tersebut.

4.1.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.1.5.1 Uji Validitas

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Ghazali (2018:52), Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Kriteria pengujian validitas adalah:

1. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan valid apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$
2. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Hasil pengujian validitas untuk variabel Produk dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.2.
Hasil Uji Validitas untuk Variabel Produk (X₁)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1.	Asuransi Prudential memiliki merek yang positif	0,721	0,361	Valid
2.	Asuransi Prudential terkenal dengan kemudahan <i>claim</i> asuransi	0,835	0,361	Valid
3.	Asuransi Prudential memiliki manfaat yang sesuai	0,832	0,361	Valid
4.	Asuransi Prudential memiliki manfaat yang dapat bersaing dengan asuransi lainnya	0,766	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel 4.2. menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel Produk (X₁) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361) dinyatakan valid.

Hasil pengujian validitas untuk variabel Kinerja Karyawan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.3.
Hasil Uji Validitas untuk Kinerja Karyawan (X₂)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1.	Pelayanan yang diberikan yang cepat	0,809	0,361	Valid
2.	Pelayanan yang tidak mengecewakan karena Karyawan yang berkompeten	0,840	0,361	Valid
3.	Karyawan yang memudahkan dalam proses <i>claim</i> konsumen	0,791	0,361	Valid
4.	Karyawan membantu proses <i>claim</i> konsumen	0,800	0,361	Valid
5.	Akurasi karyawan yang tinggi dalam proses premi asuransi	0,832	0,361	Valid
6.	Staf agent yang mengurus dengan baik mengenai rumah sakit konsumen	0,807	0,361	Valid
7.	Staf agent yang mudah dihubungi sehingga target penjualannya dapat tercapai	0,387	0,361	Valid
8.	Staf agent yang mengkomunikasi dengan baik kepada konsumen dalam arahan rumah sakit.	0,827	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel 4.3. menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel Kinerja Karyawan (X₂) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361) dinyatakan valid.

Hasil pengujian validitas untuk variabel Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.4.
Hasil Uji Validitas untuk Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1.	Konsumen setia kepada asuransi Prudential	0,571	0,361	Valid
2.	Konsumen percaya bahwa proteksi asuransi terbaik adalah Prudential	0,734	0,361	Valid
3.	Konsumen meng- <i>upgrade</i> apabila adanya produk asuransi kesehatan terbaru	0,868	0,361	Valid
4.	Konsumen menyukai dengan manfaat produk asuransi Prudential sehingga membeli premi baru untuk keluarga	0,826	0,361	Valid
5.	Konsumen merekomendasikan kepada orang lain	0,895	0,361	Valid
6.	Konsumen mempromosikan kepada teman-teman	0,840	0,361	Valid
7.	Konsumen tidak terlalalu memperhatikan harga premi karena manfaat yang diterima asuransi Prudential adalah terbaik	0,487	0,361	Valid
8.	Konsumen menganggap asuransi Prudential memberikan manfaat yang lebi baik di dibandingkan dengan asuransi lainnya yang lebih murah.	0,712	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel 4.4. menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel Kepuasan Pelanggan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361) dinyatakan valid.

4.1.4.2 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut Ghozali (2018:47), Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut :

4. *Cronbach's alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk.
5. *Cronbach's alpha* 0,6-0,79 = reliabilitas diterima.
6. *Cronbach's alpha* >0,80 = reliabilitas baik.

Hasil pengujian reliabilitas terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu :

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Produk	0.797	0,6-0,79	Reliabilitas diterima
Kinerja Karyawan	0.896	>0,80	Reliabilitas baik
Kepuasan Konsumen	0.885	>0,80	Reliabilitas baik

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

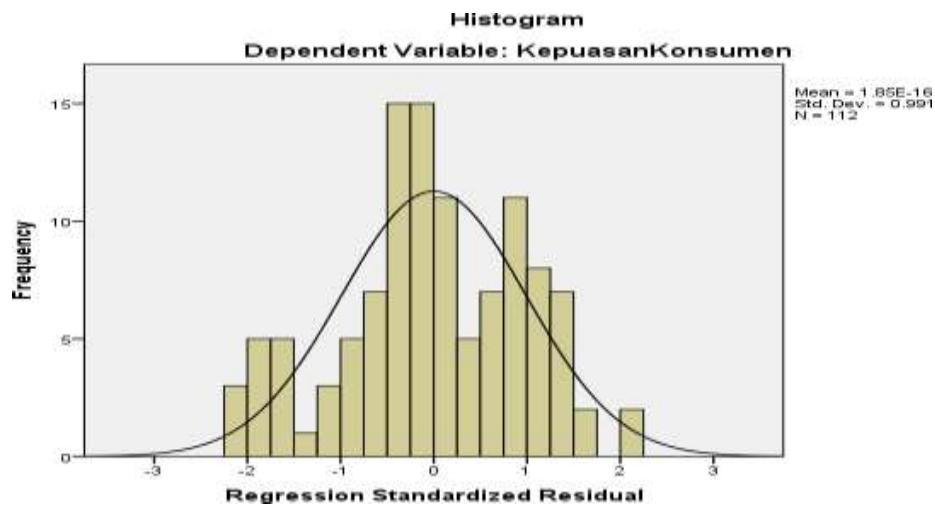
Tabel 4.5. Hasil di atas menunjukkan variabel Produk, Kinerja Karyawan dan Kepuasan Konsumen memiliki nilai nilai *Cronbach's Alpha* >0.8 Bahwa variabel Produk adalah realitas diterima Kinerja Karyawan dan Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini dinyatakan reliabilitas baik.

4.1.6 Uji Asumsi Klasik

4.1.6.1 Uji Normalitas

Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak *valid* untuk jumlah sampel yang kecil. Menurut Ghazali (2018:154), Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel

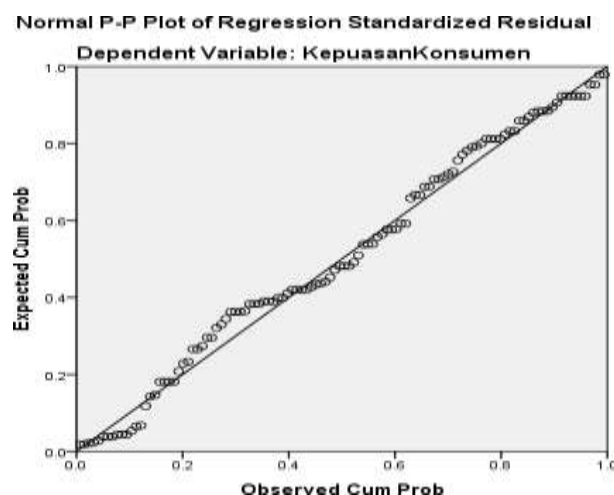
pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Berikut ini adalah hasil uji normalitas dengan analisis grafik histogram dan normal P Plot.



Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Gambar 4.2
Uji Normalitas Histogram

Gambar 4.2. menunjukkan bahwa grafik histogram mempunyai data riil membentuk garis kurva cenderung simetri tidak melenceng ke kiri atau pun ke kanan, maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.



Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Gambar 4.3.
Uji Normal P-P Plot

Gambar 4.3. Grafik *Normalitas P-P Plot*, terlihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan data menyebar sebagian besar mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Pedoman dalam pengambilan keputusan ini adalah :

- c. $p < 0,05$ maka distribusi data tidak normal.
- d. $p \geq 0,05$ maka distribusi data norma.

Hasil perhitungan uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.6.berikut ini :

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas

<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Kriteria	Kesimpulan
0.152	> 0.05	Distribusi Normal

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (data diolah)

Tabel 4.6. menunjukkan nilai signifikan $0,152 > 0,05$. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

4.1.6.2 Uji Multikolinearitas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Menurut Ghozali (2018:103) Uji multikoliniearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jadi syarat untuk melihat nilai *Tolerance* dan *Varian Inflation Factor* (VIF) pada model regresi apabila :

1. Nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

2. Nilai VIF > 10 dan *tolerance* $< 0,1$ maka dinyatakan terjadi multikolinieritas
- Hasil perhitungan multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.9.berikut ini :

Tabel 4.7
Uji Multikolinearitas

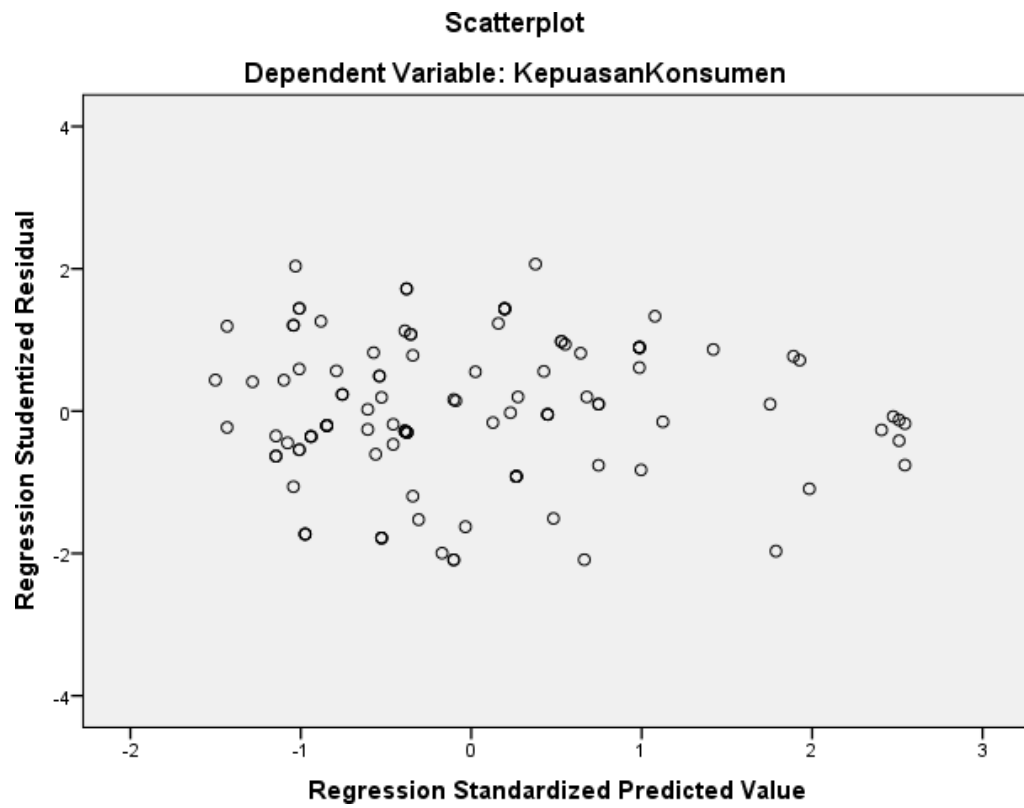
Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Kesimpulan
Produk	0.764	1.308	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kinerja Karyawan	0.764	1.308	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel 4.7. menunjukkan variabel Produk dan Kinerja Karyawan sebesar 0,764 $> 0,01$ sedangkan nilai VIF variabel Produk dan Kinerja Karyawan sebesar 1,308 < 10 bahwa tidak terjadi multikolonieritas dalam penelitian ini.

4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Menurut Ghozali (2018:134), Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil uji heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot dapat dilihat pada Gambar 4.4.berikut ini:



Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Gambar 4.4.
Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.4. menunjukkan data menyebar dengan pola yang tidak jelas baik di atas maupun di bawah angka nol (0) pada sumbu Y, tidak berkumpul di satu tempat, sehingga dari grafik *scatterplot* dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda karena menggunakan variabel bebas lebih dari satu. Menurut Ghozali (2018:8), analisis regresi linear berganda digunakan untuk lebih dari satu variabel bebas (*metric*)

terhadap satu variabel terikat. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan model regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y	=	Kepuasan Konsumen
X ₁	=	Produk
X ₂	=	Kinerja Karyawan
α	=	konstanta
β_1	=	koefisien untuk variabel Produk
β_2	=	koefisien untuk variabel Kinerja Karyawan
e	=	persentase kesalahan (5%)

Berikut hasil pengujian analisis regresi linear berganda yaitu :

Tabel 4.8
Hasil Analisis regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
Constant	12.080	1.139
Produk	1.085	0.101
Kinerja Karyawan	0.171	0.048

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

$$\text{Kepuasan Konsumen} = 12.080 + 1,085 \text{ Produk} + 0,171 \text{ Kinerja Karyawan} + e$$

Dari hasil analisis regresi linear berganda dapat dijelaskan bahwa:

1. Apabila Produk dan Kinerja Karyawan tidak mengalami peningkatan atau konstanta maka Kepuasan Konsumen sebesar 12,080 satuan.
2. Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel Produk maka Kepuasan Konsumen sebesar 1.085 satuan dengan anggapan variabel Kinerja Karyawan konstan.
3. Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel Kinerja Karyawan maka Kepuasan Konsumen sebesar 0,171 satuan dengan

anggapan variabel Produk konstan.

4.1.8 Pengujian Hipotesis

4.1.8.1 Uji Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial mempunyai tujuan dalam menganalisis pengaruh secara individual pengaruh bebas terhadap terikat. Menurut Ghazali (2018:97), “Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen”. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai t_{hitung} dari t_{tabel} :

3. $H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$, Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh Produk dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan.
4. $H_a : \beta_1 \beta_2 \neq 0$, Artinya secara parsial terdapat pengaruh Produk dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai signifikansi :

3. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
4. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Tabel 4.9
Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Variabel	t_{hitung}	Sig	Kesimpulan
Produk	10.767	0.000	Hipotesis diterima
Kinerja Karyawan	3.525	0.001	Hipotesis diterima

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.9. menunjukkan nilai t_{tabel} untuk signifikan 0,05 pada derajat bebas $df=n-k = 112-3=109$ adalah sebesar 1,982. Hasil dari uji t dapat dijelaskan:

Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung}(10,767) > t_{tabel}(1,982)$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh Produk terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan.

Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung}(3,525) > t_{tabel}(1,982)$ dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan.

4.1.8.2 Uji Simultan (Uji-F)

Tidak seperti uji t yang menguji signifikansi koefisien regresi secara individu dengan uji hipotesis terpisah bahwa setiap koefisien regresi sama dengan nol. Menurut Ghazali (2018:96), Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai F hitung dari F tabel :

3. $H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$, Artinya secara simultan tidak terdapat pengaruh Produk dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan

Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan.

4. $H_a : \beta_1 \beta_2 \neq 0$, Artinya secara simultan terdapat pengaruh Produk dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai signifikansi :

3. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
 4. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima..

Berikut Tabel hasil pengujian hipotesis secara simultan yaitu :

Tabel 4.10
Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)

F_{hitung}	Sig	Kesimpulan
108.081	0.000	Hipotesis diterima

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (data diolah)

Tabel 4.10. bahwa nilai F_{tabel} pada taraf kepercayaan signifikansi 0,05 pada $df_1 = 2$ dan $df_2 = 109$ adalah 3,23. Hasil perhitungan diperoleh nilai F_{hitung} (72,298) $> F_{tabel}$ (3,08) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu secara simultan terdapat pengaruh Produk dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan.

4.1.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2018: 95), Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan modal dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.11. di bawah ini :

Tabel 4.11.
Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0.815	0.665	0.659

Sumber: Hasil Penelitian. 2023 (data diolah)

Tabel 4.11. bahwa *R Square* adalah sebesar 0.665 berarti Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan. dapat dijelaskan Produk dan Kinerja Karyawan sebesar 66,5% dan sisanya 33,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti kualitas pelayanan, harga premi, dan sebagainya.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan

Hasil perhitungan hipotesis secara parsial terdapat pengaruh Produk terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Razak (2017) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan yang memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Kualitas produk adalah keseluruhan karakteristik dan karakteristik dari kemampuan suatu produk atau jasa untuk memenuhi permintaan yang telah ditentukan sebelumnya. Oleh karena itu, perusahaan harus mengerti persepsi konsumen yang menyangkut kualitas produk tersebut. Dengan meningkatkan fungsionalitas Produk, maka akan tercipta keunggulan kompetitif dan dengan demikian membuat pelanggan Lebih puas. Semakin tinggi tingkat kualitas produk

yang memenuhi kebutuhan konsumen. Maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Baik kualitas layanan maupun kualitas Produk harus diperhatikan secara bersamaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

4.2.2 Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan

Hasil perhitungan hipotesis secara parsial terdapat pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Azkiya, dkk (2022) dengan judul penelitian Pengaruh Kinerja Karyawan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia: Studi Riset Bank Syariah Indonesia KCP Citeureup 1.

Kinerja karyawan pada perusahaan ini mengalami penurunan tercermin dengan pelayanan yang diberikan mengecewakan. Tidak seperti pesaingnya dimana banyaknya *agent* yang mempunyai dedikasi yang baik dalam pelayanan dan sering membantu para nasabah dengan cepat dan tanggap baik dalam proses rumah sakit maupun *claim* asuransi yang diurus dengan tepat. Hal ini mengakibatkan banyaknya pelanggan berhenti kemudian beralih ke asuransi lainnya.

4.2.3 Pengaruh Produk dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan

Hasil perhitungan hipotesis secara simultan diperoleh secara simultan

terdapat pengaruh Produk dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan..

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati (2021) yang memperoleh hasil bahwa terdapat Produk dan Kinerja Karyawan secara serempak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Kepuasan nasabah mengalami penurunan yang mengakibatkan kesulitan dalam penambahan nasabah baru yang disebabkan produk asuransi mengalami penurunan dari segi manfaat dan kalah bersaing dengan produk asuransi lainnya sehingga mengakibatkan penurunan produk ini mengakibatkan jumlah keluhan nasabah dan kinerja karyawan pada perusahaan ini mengalami penurunan tercermin dengan pelayanan yang diberikan mengecewakan. Hal ini mengakibatkan banyaknya pelanggan berhenti kemudian beralih ke asuransi lainnya.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial menyatakan bahwa terdapat pengaruh Produk terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan.
2. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial menyatakan bahwa terdapat pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan.
3. Berdasarkan uji hipotesis secara simultan menyatakan bahwa terdapat pengaruh Produk dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance Kota Medan. dan besar pengaruh adalah 66.5%.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut:

1. PT Prudential Life Insurance Kota Medan harus lebih memperhatikan terkait dengan Produk, dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen, dengan cara sebagai berikut:
 - a. Mempertahankan dan memperhatikan asuransi Prudential terkenal dengan kemudahan *claim* asuransi.

- b. Meningkatkan serta mengembangkan asuransi Prudential memiliki merek yang positif dengan meningkatkan nilai kepuasan bagi konsumen sehingga menciptakan kesetiaan dalam penggunaan asuransi Prudential.
- 2. PT Prudential Life Insurance Kota Medan harus lebih memperhatikan terkait dengan Kinerja Karyawan dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen, dengan cara sebagai berikut:
 - a. Mempertahankan pelayanan yang tidak mengecewakan karena karyawan yang berkompeten dalam menangani permasalahan dan keinginan konsumen.
 - b. Meningkatkan staf agent yang mudah dihubungi sehingga target penjualannya dapat tercapai, ini perlunya diberikan *punishment* apabila adanya keluhan dari pelanggan agar performa dari agent dapat terkontrol dengan baik.

5.3 Saran Akademis

Saran-saran akademis yang dapat diberikan adalah:

1. Manambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi peningkatan Kepuasan Konsumen selain dari Produk dan Kinerja Karyawan misalnya kualitas pelayanan, harga premi dan sebagainya.

2. Perluasan Geografis.

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena sampel hanya diambil dari satu tempat saja yaitu di PT Prudential Life Insurance Kota Medan. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperluas area penelitian dan memperbanyak responden penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina dan Hastuti. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, ISSN 2089-1989. Langsa.
- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Fenny, F., Januarty, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK KAIN ECOPRINT HASIL IMPLEMENTASI P5 DI PERGURUAN SMA WR SUPRATMAN 1 MEDAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191-194.
- Gultom, P., Manik, D. E. M., Nainggolan, E., Gea, S. K., & Hoki, F. (2023). WORKSHOP SENI MERANGKAI BUNGA SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF BAGI IBU-IBU JEMAAT GKPI KHUSUS TELADAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(1), 89-93.

- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Handayani, T. M., & Moktar, B. (2023). Analysis of the Effect of Segmentation and Targeting on Sales. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 10-19.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Moktar, B. (2023). The Influence of Advertising on Social Media, Price and Taste on Sales Volume. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 3(3), 88-93.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.

- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies*, 7 (1), 66-78.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.

- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikit Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Bapak/Ibu yang terhormat,

Saya mahasiswa dari STIE EKA Prasetya Medan yang sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH PRODUK DAN KINERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT. PRUDENTIAL LIFE INSURANCE”**. Untuk menyelesaikan skripsi tersebut peneliti membutuhkan data-data untuk dianalisis, oleh karena itu peneliti sangat berharap, agar dalam pengisian kuesioner ini Bapak/Ibu/Saudara/I berkenan mengisinya dengan lengkap dan benar sesuai dengan hati nurani. Setiap jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I merupakan bantuan yang tidak ternilai bagi penelitian ini dan atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I saya ucapkan terima kasih.

DATA RESPONDEN

Berikan tanda check (✓) untuk jawaban pilihan Bapak/ Ibu.

No. Responden :

Nama Konsumen :

Usia : ☐ < 20-30 tahun ☐ 31-40 tahun
☐ > 40 tahun

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

II. Petunjuk Pengisian

Berilah jawaban pernyataan dengan *check list* (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/I. Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut:

- SS = Sangat Setuju
- S = Setuju
- RR = Ragu-ragu
- TS = Tidak Setuju
- STS = Sangat Tidak Setuju

Produk (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Merek dagang						
1.	Asuransi Prudential memiliki merek yang positif					
2.	Asuransi Prudential terkenal dengan kemudahan <i>claim</i> asuransi					
Kualitas produk dan jasa						
3.	Asuransi Prudential memiliki manfaat yang sesuai					
4.	Asuransi Prudential memiliki manfaat yang dapat bersaing dengan asuransi lainnya					

Kinerja Karyawan (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
<i>Interpersonal competence</i>						
1.	Pelayanan yang diberikan yang cepat					
2.	Pelayanan yang tidak mengecewakan karena Karyawan yang berkompeten					
<i>Effort</i>						
3.	Karyawan yang memudahkan dalam proses <i>claim</i> konsumen					
4.	Karyawan membantu proses <i>claim</i> konsumen					

Quality kerja					
5.	Akurasi karyawan yang tinggi dalam proses premi asuransi				
6.	Staf agent yang mengurus dengan baik mengenai rumah sakit konsumen				
Quantity kerja					
7.	Staf agent yang mudah dihubungi sehingga target penjualannya dapat tercapai				
8.	Staf agent yang mengkomunikasi dengan baik kepada konsumen dalam arahan rumah sakit.				

Kepuasan Konsumen (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Tetap setia untuk waktu yang lebih lama						
1.	Konsumen setia kepada asuransi Prudential					
2.	Konsumen percaya bahwa proteksi asuransi terbaik adalah Prudential					
Membeli lagi ketika ada produk baru						
3.	Konsumen meng- <i>upgrade</i> apabila adanya produk asuransi kesehatan terbaru					
4.	Konsumen menyukai dengan manfaat produk asuransi Prudential sehingga membeli premi baru untuk keluarga					
Membicarakan hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain						
5.	Konsumen merekomendasikan kepada orang lain					
6.	Konsumen mempromosikan kepada teman-teman					
Tidak terlalu sensitif terhadap harga						
7.	Konsumen tidak terlalalu memperhatikan harga premi karena manfaat yang diterima asuransi Prudential adalah terbaik					
8.	Konsumen menganggap asuransi Prudential memberikan manfaat yang lebi baik di bandingkan dengan asuransi lainnya yang lebih murah.					

Lampiran 2 : Tabulasi Kuesioner

No.	PRODUK					KINERJA KARYAWAN								
	1	2	3	4	Total	1	2	3	4	5	6	7	8	Total
1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	4	5	39
3	4	4	5	4	17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	2	3	4	12	2	1	3	2	2	4	1	4	19
5	2	2	4	2	10	3	2	5	4	2	1	1	1	19
6	1	1	2	2	6	2	2	1	3	1	1	1	1	12
7	1	2	1	1	5	1	1	1	2	3	1	5	2	16
8	1	3	3	3	10	2	2	1	3	4	1	5	3	21
9	1	2	2	4	9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	1	5	36
11	1	1	3	2	7	5	5	5	5	5	5	4	5	39
12	1	1	2	2	6	5	5	5	1	2	1	4	2	25
13	4	4	4	2	14	5	5	5	1	1	4	3	4	28
14	4	4	2	1	11	1	3	1	1	2	4	3	4	19
15	3	2	2	2	9	1	1	1	1	2	3	4	2	15
16	3	5	2	2	12	3	3	4	2	1	3	2	5	23
17	4	2	1	1	8	2	2	2	3	4	4	4	2	23
18	4	5	5	4	18	3	3	3	3	1	2	2	1	18
19	4	3	4	1	12	2	2	2	2	3	4	2	3	20
20	2	1	1	3	7	2	3	2	2	1	2	1	1	14
21	4	2	1	1	8	1	1	5	3	1	2	2	1	16
22	4	2	1	1	8	3	3	1	1	1	1	5	3	18
23	2	1	1	1	5	2	4	2	2	1	2	1	3	17
24	5	1	1	3	10	5	5	5	5	5	5	1	5	36
25	4	3	5	5	17	3	2	1	2	3	1	1	1	14
26	3	3	3	3	12	2	2	1	1	1	1	1	1	10
27	1	2	2	2	7	4	2	1	1	1	1	3	1	14
28	3	3	1	1	8	2	1	1	1	1	1	2	1	10
29	5	5	3	4	17	4	3	3	3	3	3	1	2	22
30	5	5	1	1	12	5	5	5	5	5	2	1	2	30

No.	KEPUASAN KONSUMEN								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	5	2	3	4	2	1	2	5	24
5	5	2	2	2	1	2	2	5	21
6	5	5	2	2	3	3	1	3	24
7	4	5	1	1	3	3	3	5	25
8	4	5	3	3	1	1	4	5	26
9	4	2	2	4	2	2	1	5	22
10	4	3	2	1	2	1	5	3	21
11	5	5	5	5	5	5	2	5	37
12	5	3	2	2	2	1	2	2	19
13	4	4	4	2	2	3	1	2	22
14	4	4	2	1	2	3	2	3	21
15	3	2	2	2	2	2	2	2	17
16	3	5	2	2	2	2	1	3	20
17	4	2	1	1	2	2	4	3	19
18	4	5	5	4	3	3	1	3	28
19	4	3	4	1	2	3	3	2	22
20	2	4	1	3	2	3	1	2	18
21	4	2	1	1	1	1	1	2	13
22	4	2	1	1	1	1	1	3	14
23	2	1	1	1	2	1	3	2	13
24	5	1	1	3	1	1	1	4	17
25	4	3	1	1	1	1	3	4	18
26	3	3	3	3	4	4	2	4	26
27	1	2	2	2	2	3	1	4	17
28	3	3	1	1	1	1	1	1	12
29	3	1	1	1	1	1	1	1	10
30	2	2	1	1	1	1	4	1	13

Lampiran 3 : Hasil Pengujian Validitas Dan Reliabilitas

Hasil Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Variabel Produk

		Correlations				
		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	Produk
VAR00001	Pearson Correlation	1	.654**	.328	.289	.721**
	Sig. (2-tailed)		.000	.077	.122	.000
	N	30	30	30	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.654**	1	.564**	.412*	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.024	.000
	N	30	30	30	30	30
VAR00003	Pearson Correlation	.328	.564**	1	.726**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.077	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
VAR00004	Pearson Correlation	.289	.412*	.726**	1	.766**
	Sig. (2-tailed)	.122	.024	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Produk	Pearson Correlation	.721**	.835**	.832**	.766**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.797	4

Hasil Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Variabel Kinerja Karyawan

		Correlations								Kinerja
		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	
VAR00001	Pearson Correlation	1	.868**	.737**	.599**	.583**	.477**	.152	.533**	.809*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.008	.423	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.868**	1	.712**	.582**	.564**	.573**	.182	.657**	.840*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.001	.001	.337	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00003	Pearson Correlation	.737**	.712**	1	.693**	.501**	.570**	.040	.537**	.791*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.005	.001	.834	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00004	Pearson Correlation	.599**	.582**	.693**	1	.825**	.580**	.083	.504**	.800*
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.001	.665	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00005	Pearson Correlation	.583**	.564**	.501**	.825**	1	.652**	.336	.607**	.832*
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.005	.000		.000	.070	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00006	Pearson Correlation	.477**	.573**	.570**	.580**	.652**	1	.211	.837**	.807*
	Sig. (2-tailed)	.008	.001	.001	.001	.000		.262	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00007	Pearson Correlation	.152	.182	.040	.083	.336	.211	1	.362*	.387*
	Sig. (2-tailed)	.423	.337	.834	.665	.070	.262		.049	.035
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00008	Pearson Correlation	.533**	.657**	.537**	.504**	.607**	.837**	.362*	1	.827*
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.002	.005	.000	.000	.049		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Kinerja	Pearson Correlation	.809**	.840**	.791**	.800**	.832**	.807**	.387*	.827**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.035	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.896	8

Hasil Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen

		Correlations								KepuasanKonsumen
		VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020	VAR00021	VAR00022	
VAR00015	Pearson Correlation	1	.335	.449*	.432*	.347	.242	.217	.513**	.571**
	Sig. (2-tailed)		.071	.013	.017	.060	.197	.250	.004	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00016	Pearson Correlation	.335	1	.621**	.469**	.635**	.658**	.247	.368*	.734**
	Sig. (2-tailed)	.071		.000	.009	.000	.000	.189	.045	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00017	Pearson Correlation	.449*	.621**	1	.766**	.769**	.759**	.314	.448*	.868**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000		.000	.000	.000	.091	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00018	Pearson Correlation	.432*	.469**	.766**	1	.733**	.659**	.171	.650**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.017	.009	.000		.000	.000	.366	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00019	Pearson Correlation	.347	.635**	.769**	.733**	1	.909**	.389*	.502**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.060	.000	.000	.000		.000	.034	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00020	Pearson Correlation	.242	.658**	.759**	.659**	.909**	1	.248	.460*	.840**
	Sig. (2-tailed)	.197	.000	.000	.000	.000		.187	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00021	Pearson Correlation	.217	.247	.314	.171	.389*	.248	1	.307	.487**
	Sig. (2-tailed)	.250	.189	.091	.366	.034	.187		.099	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00022	Pearson Correlation	.513**	.368*	.448*	.650**	.502**	.460*	.307	1	.712**
	Sig. (2-tailed)	.004	.045	.013	.000	.005	.010	.099		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KepuasanKonsumen	Pearson Correlation	.571**	.734**	.868**	.826**	.895**	.840**	.487**	.712**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.885	8

Lampiran 4 Tabulasi Kuesioner Sampel

No.	PRODUK					KINERJA KARYAWAN								Total
	1	2	3	4	Total	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	5	5	4	19	4	4	4	4	4	3	2	5	30
3	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	3	38
4	5	5	5	5	20	3	2	2	2	2	2	5	4	22
5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	4	39
6	5	4	4	4	17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	4	39
9	5	5	4	3	17	5	5	5	5	5	5	5	2	37
10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	4	2	36
11	1	1	4	5	11	5	4	4	4	4	5	4	4	34
12	1	3	1	4	9	2	2	2	2	2	4	2	3	19
13	2	2	2	4	10	5	4	5	5	4	4	5	2	34
14	3	1	2	5	11	3	5	5	4	3	2	5	4	31
15	3	3	4	5	15	5	5	5	5	5	5	4	5	39
16	4	4	4	5	17	5	5	5	5	5	5	5	1	36
17	3	3	3	4	13	5	4	4	4	4	4	3	1	29
18	3	4	3	5	15	4	3	4	3	5	5	4	1	29
19	2	2	3	3	10	2	1	5	3	2	3	1	1	18
20	4	4	2	4	14	5	5	5	5	4	4	4	1	33
21	4	3	4	5	16	4	5	4	3	1	1	4	2	24
22	3	4	2	3	12	5	5	5	5	4	4	5	3	36
23	2	4	3	5	14	5	1	1	3	3	4	1	2	20
24	4	4	3	5	16	4	3	1	1	3	5	1	2	20
25	2	2	2	4	10	1	1	3	3	1	1	5	3	18
26	2	2	4	5	13	1	2	1	1	3	1	1	1	11
27	4	3	2	4	13	3	3	1	1	1	5	2	1	17
28	2	1	3	4	10	2	2	2	2	2	1	2	1	14
29	1	2	2	3	8	2	3	3	2	1	2	5	1	19
30	2	1	2	4	9	3	3	2	2	3	2	1	2	18
31	4	2	2	3	11	4	2	3	3	2	5	2	1	22
32	1	1	1	3	6	1	2	1	1	2	1	3	2	13
33	2	2	1	2	7	2	2	2	2	1	2	3	3	17
34	3	3	3	4	13	1	1	2	2	3	3	1	1	14
35	1	4	3	3	11	1	2	1	1	3	3	2	1	14

No.	PRODUK					KINERJA KARYAWAN								Total
	1	2	3	4	Total	1	2	3	4	5	6	7	8	
36	3	3	3	3	12	1	3	3	3	1	1	1	1	14
37	2	2	2	3	9	3	2	2	4	2	2	2	1	18
38	3	4	4	4	15	3	1	1	1	1	1	1	1	10
39	4	4	3	5	16	1	1	1	2	4	2	1	1	13
40	1	2	2	3	8	1	1	1	1	1	1	2	2	10
41	2	1	2	4	9	1	1	2	1	2	1	1	1	10
42	1	1	1	5	8	1	1	1	2	2	2	1	2	12
43	1	1	3	5	10	1	1	2	2	4	1	3	2	16
44	2	1	4	3	10	2	2	2	2	1	1	4	2	16
45	2	1	1	2	6	1	1	1	1	1	3	2	1	11
46	2	2	4	3	11	3	2	2	2	1	4	2	2	18
47	1	2	2	2	7	3	5	2	2	1	2	2	1	18
48	1	1	4	1	7	1	2	2	1	1	2	1	1	11
49	2	2	1	1	6	1	1	1	2	1	2	2	3	13
50	3	3	3	2	11	1	1	1	1	1	1	4	3	13
51	1	4	3	2	10	2	1	1	1	1	2	2	3	13
52	3	3	3	2	11	1	3	2	2	3	4	2	3	20
53	2	2	2	5	11	2	1	1	1	2	2	2	2	13
54	3	4	4	5	16	1	1	1	1	2	2	1	2	11
55	4	4	3	3	14	2	2	2	2	4	2	2	2	18
56	1	3	2	2	8	3	3	3	3	1	1	1	5	20
57	2	2	2	1	7	3	2	2	4	2	2	2	2	19
58	1	2	3	4	10	5	1	2	4	2	1	1	3	19
59	1	1	4	4	10	1	1	3	2	4	2	2	3	18
60	4	4	2	5	15	1	1	2	2	1	1	3	2	13
61	4	3	4	5	16	1	1	2	2	1	2	2	2	13
62	3	4	2	4	13	4	3	2	1	1	3	2	2	18
63	2	4	3	4	13	3	2	2	2	1	2	2	2	16
64	4	4	3	5	16	3	5	2	2	1	2	2	3	20
65	2	2	1	4	9	2	1	1	2	1	2	1	1	11
66	3	3	3	5	14	1	3	2	2	3	2	1	3	17
67	1	4	3	2	10	1	2	1	1	2	1	2	4	14
68	3	3	3	2	11	1	1	1	1	1	1	2	4	12
69	2	2	2	1	7	2	2	2	2	1	2	5	5	21
70	2	2	2	1	7	2	1	1	5	2	2	4	3	20
71	1	3	2	1	7	1	1	1	3	1	5	2	1	15
72	2	2	2	1	7	2	3	1	2	3	4	1	2	18

No.	PRODUK					KINERJA KARYAWAN								Total
	1	2	3	4	Total	1	2	3	4	5	6	7	8	
73	1	2	3	1	7	1	2	3	2	3	2	4	2	19
74	1	1	4	5	11	1	3	2	3	4	1	4	2	20
75	1	3	1	4	9	2	2	2	2	2	4	3	3	20
76	2	2	2	2	8	5	4	5	5	4	4	2	2	31
77	3	4	2	4	13	4	3	2	1	1	3	2	2	18
78	2	4	3	4	13	3	2	2	2	1	2	2	2	16
79	4	4	3	5	16	3	5	2	2	1	2	2	3	20
80	2	2	1	4	9	2	1	1	2	1	2	1	1	11
81	3	3	3	5	14	1	3	2	2	3	2	1	3	17
82	1	4	3	2	10	1	2	1	1	2	1	2	4	14
83	3	3	3	2	11	1	1	1	1	1	1	2	4	12
84	2	2	2	1	7	2	2	2	2	1	2	5	5	21
85	2	2	2	1	7	2	1	1	5	2	2	4	3	20
86	1	3	2	1	7	1	1	1	3	1	5	2	1	15
87	2	2	2	1	7	2	3	1	2	3	4	2	2	19
88	1	3	2	2	8	3	3	3	3	1	1	1	5	20
89	2	2	2	1	7	3	2	2	4	2	2	2	2	19
90	1	2	3	4	10	5	1	2	4	2	1	1	3	19
91	1	1	4	4	10	1	1	3	2	4	2	2	3	18
92	4	4	2	5	15	1	1	2	2	1	1	3	2	13
93	4	3	4	5	16	1	1	2	2	1	2	2	2	13
94	3	4	2	4	13	4	3	2	1	1	3	2	2	18
95	2	4	3	4	13	3	2	2	2	1	2	2	2	16
96	4	4	3	5	16	3	5	2	2	1	2	2	3	20
97	2	2	1	4	9	2	1	1	2	1	2	1	1	11
98	3	3	3	5	14	1	3	2	2	3	2	1	3	17
99	1	4	3	2	10	1	2	1	1	2	1	2	4	14
100	3	3	3	2	11	1	1	1	1	1	1	2	4	12
101	2	2	2	1	7	2	2	2	2	1	2	5	5	21
102	2	2	2	1	7	2	1	1	5	2	2	4	3	20
103	1	3	2	1	7	1	1	1	3	1	5	2	1	15
104	2	2	2	1	7	2	3	1	2	3	4	1	2	18
105	1	2	3	1	7	1	2	3	2	3	2	4	2	19
106	1	1	4	5	11	1	3	2	3	4	1	4	2	20
107	1	3	1	4	9	2	2	2	2	2	4	3	3	20
108	2	2	2	2	8	5	4	5	5	4	4	2	2	31
109	3	4	2	4	13	4	3	2	1	1	3	2	2	18

No.	PRODUK					KINERJA KARYAWAN								Total
	1	2	3	4	Total	1	2	3	4	5	6	7	8	
110	2	4	3	4	13	3	2	2	2	1	2	2	2	16
111	4	4	3	5	16	3	5	2	2	1	2	2	3	20
112	2	2	1	4	9	2	1	1	2	1	2	1	1	11

No.	KEPUASAN KONSUMEN								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	4	4	4	4	4	5	4	34
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	5	5	5	5	5	5	3	5	38
8	4	5	5	5	5	5	5	5	39
9	5	4	3	3	3	3	5	4	30
10	5	5	5	5	5	5	4	5	39
11	3	5	5	5	5	5	4	5	37
12	1	3	4	4	4	4	5	3	28
13	4	3	4	5	4	4	5	4	33
14	4	5	2	2	2	5	5	5	30
15	4	5	5	5	5	5	4	5	38
16	2	5	5	5	5	5	5	5	37
17	2	5	5	5	5	4	3	5	34
18	4	5	5	5	5	5	4	5	38
19	2	3	3	3	3	3	5	3	25
20	1	4	5	5	4	4	3	4	30
21	2	4	4	4	4	5	5	5	33
22	2	3	2	3	3	3	5	3	24
23	2	3	5	5	5	5	4	5	34
24	1	5	4	5	5	5	5	5	35
25	2	4	4	4	4	4	4	4	30
26	1	3	2	5	5	5	4	5	30
27	3	5	3	3	3	4	3	5	29
28	2	2	3	3	4	4	4	4	26
29	2	2	3	3	5	3	3	5	26
30	4	4	1	2	2	4	3	4	24
31	2	3	3	3	3	3	2	3	22
32	3	3	3	3	3	3	4	3	25
33	4	1	3	3	3	2	3	2	21
34	3	2	4	4	4	4	3	4	28
35	5	1	2	2	3	3	3	2	21
36	3	3	4	4	3	3	4	4	28
37	2	3	3	3	3	3	5	3	25

38	4	5	4	4	4	4	3	4	32
39	2	5	1	2	5	5	4	5	29
40	2	1	4	4	4	3	5	1	24
41	4	2	1	4	4	4	5	4	28
42	5	5	2	1	4	5	3	5	30
43	4	2	1	2	5	5	2	4	25
44	4	1	5	4	2	3	3	2	24
45	3	1	5	2	2	2	2	5	22
46	3	4	1	3	3	3	1	2	20
47	3	2	5	2	2	2	1	2	19
48	2	5	5	2	1	1	2	5	23
49	4	5	1	5	1	1	2	1	20
50	2	5	5	2	2	2	2	2	22
51	3	5	2	2	2	2	5	2	23
52	3	3	4	4	4	2	5	3	28
53	2	5	2	3	4	5	3	5	29
54	4	5	5	3	3	5	2	5	32
55	2	5	5	2	2	3	1	5	25
56	3	5	5	2	2	2	4	2	25
57	2	5	5	5	1	1	4	5	28
58	2	5	5	2	2	4	5	5	30
59	2	3	2	3	2	4	5	4	25
60	1	5	4	5	5	5	4	5	34
61	1	5	2	5	5	5	4	5	32
62	3	2	5	3	3	4	5	1	26
63	1	5	5	5	5	4	4	5	34
64	1	5	5	5	5	5	5	5	36
65	5	2	2	2	2	4	2	4	23
66	5	2	5	5	3	5	2	3	30
67	3	5	3	1	2	2	1	2	19
68	4	5	2	2	4	2	1	5	25
69	2	5	5	5	2	1	1	1	22
70	1	5	5	2	1	1	1	1	17
71	2	5	5	2	2	1	1	2	20
72	2	5	5	5	2	1	5	2	27
73	3	1	5	1	1	1	4	5	21
74	3	2	3	1	2	5	2	2	20
75	1	5	2	2	4	4	4	5	27
76	4	5	5	5	2	2	4	5	32

77	3	2	5	3	3	4	5	1	26
78	1	5	5	5	5	4	4	5	34
79	1	5	5	5	5	5	5	5	36
80	5	2	2	2	2	4	2	4	23
81	5	2	5	5	3	5	2	3	30
82	3	5	3	1	2	2	1	2	19
83	4	5	2	2	4	2	1	5	25
84	2	5	5	5	2	1	1	1	22
85	1	5	5	2	1	1	1	1	17
86	2	5	5	2	2	1	2	2	21
87	2	5	5	5	2	1	3	2	25
88	3	5	5	2	2	2	4	2	25
89	2	5	5	5	1	1	4	5	28
90	2	5	5	2	2	4	5	5	30
91	2	3	2	3	2	4	5	4	25
92	1	5	4	5	5	5	4	5	34
93	1	5	2	5	5	5	4	5	32
94	3	2	5	3	3	4	5	1	26
95	1	5	5	5	5	4	4	5	34
96	1	5	5	5	5	5	5	5	36
97	5	2	2	2	2	4	2	4	23
98	5	2	5	5	3	5	2	3	30
99	3	5	3	1	2	2	1	2	19
100	4	5	2	2	4	2	1	5	25
101	2	5	5	5	2	1	1	1	22
102	1	5	5	2	1	1	1	1	17
103	2	5	5	2	2	1	1	2	20
104	2	5	5	5	2	1	5	2	27
105	3	1	5	1	1	1	4	5	21
106	3	2	3	1	2	5	2	2	20
107	1	5	2	2	4	4	4	5	27
108	4	5	5	5	2	2	4	5	32
109	3	2	5	3	3	4	5	1	26
110	1	5	5	5	5	4	4	5	34
111	1	5	5	5	5	5	5	5	36
112	5	2	2	2	2	4	2	4	23

Lampiran 5 : Regresi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2749.571	2	1374.786	108.041	.000 ^b
	Residual	1386.991	109	12.725		
	Total	4136.563	111			

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

b. Predictors: (Constant), KinerjaKaryawan, Produk

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.815 ^a	.665	.659	3.56717

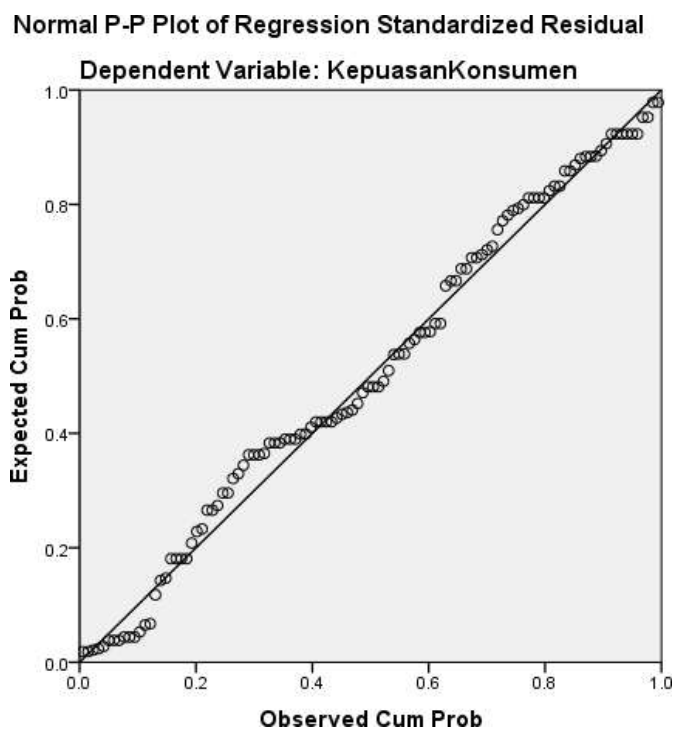
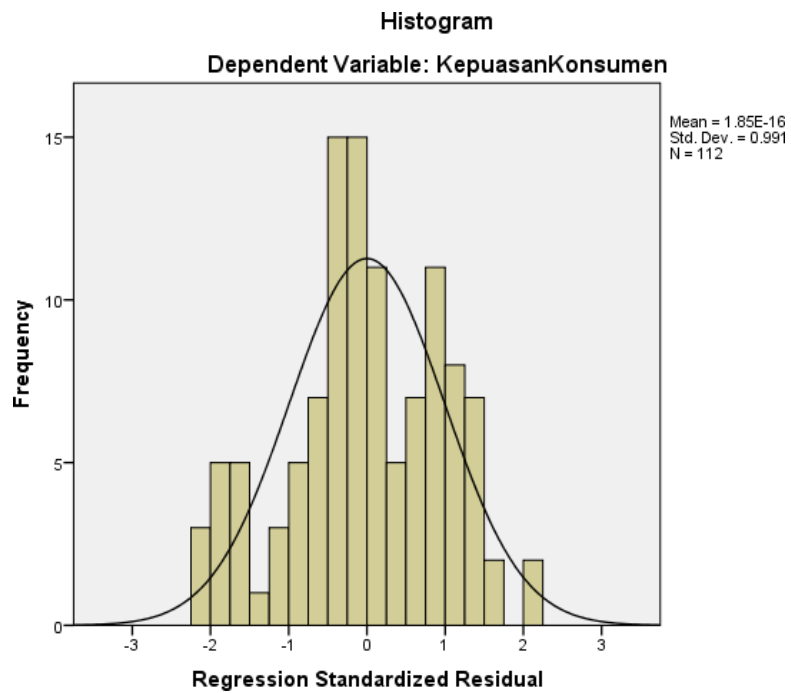
a. Predictors: (Constant), KinerjaKaryawan, Produk

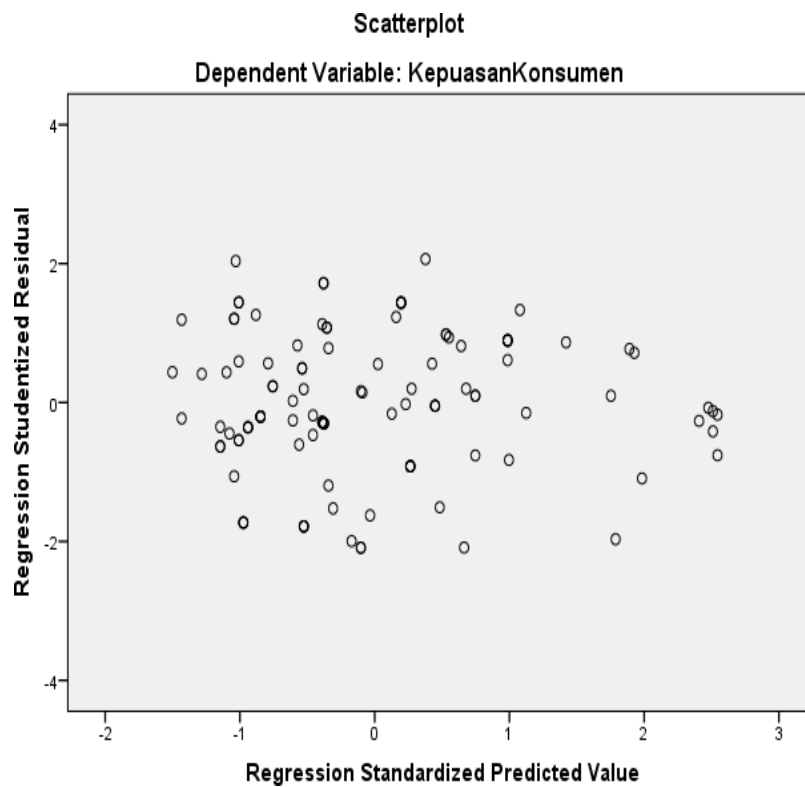
b. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.080	1.139		10.608	.000		
	Produk	1.085	.101	.683	10.767	.000	.764	1.308
	KinerjaKaryawan	.171	.048	.224	3.525	.001	.764	1.308

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.53488573
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.059
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.152 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 6 : Tabel Statistik r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541

Lampiran 7 : Tabel Statistik t

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 8 : Tabel Statistik F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI **EKA PRASETYA**

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 29 November 2022

Nomor : 5860/R/STIE-EP/XI/2022

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pimpinan PT. Prudential Life Assurance

Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Indra Surya
NIM	: 191010150
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Produk Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Prudential Life Assurance

Untuk mengadakan peninjauan ke PT. Prudential Life Assurance yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,

Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si



PT PRUDENTIAL LIFE INSURANCE

Jl. IR. H Juanda No.20i, Suka Damai, Medan Polonia, Kota Medan,
Sumatera Utara 20151, Indonesia

Nomor : 011/PRULIFE/XII/2022

Lamp : ---

Hal : Balasan Permohonan Izin Observasi

Kepada Yth,
Ibu Ketua STIE Eka Prasetya
Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
Di tempat

Dengan Hormat,

Menanggapi surat Nomor : 5860/R/STIE-EP/XI/2022 tanggal 29 November 2022 perihal permohonan izin observasi kepada mahasiswa ;

Nama : Indra Surya

Nim : 191010150

Program Studi : Manajemen

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa di atas dapat kami terima untuk melakukan observasi di perusahaan kami dengan judul skripsi "Pengaruh Produk Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Prudential Life Insurance"

Demikian Surat ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Medan, 01 Desember 2022

Hormat kami,

PT. Prudential Life Insurance



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Indra Siga
NIM : 191010150
PROGRAM STUDI : Manajemen bisnis

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	Kamis/27/01-22	Lilis JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Kreativitas, Inovasi, dan Strategi harga terhadap Keputusan pembelian pada produk Fashion Elleurus 100	1810100225	
2	Kamis/27/01-23	Felix JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Pelayanan After jual dan sosial media terhadap keputusan pembelian di toko anugerah automatic gate	181010065	
3	Senin/7/02-2022	Catherine JUDUL PROPOSAL: Pengaruh atribut Produk, Promosi dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada marketplace bukalapak	181010039	
4	Senin/7/02-2022	Devon JUDUL PROPOSAL: Analisis pengaruh harga dan penjualan personal sales terhadap kinerja penjualan pada PT. Sutama Dosa Sejahtera	181010161	
5	Senin/22-02-2022	Albert Cunga JUDUL PROPOSAL: Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli Masyarakat di toko bharu buana	181010047	
6	Senin/27/02-2022	Errow Peta Leo JUDUL PROPOSAL: Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di PT. Indah Sahit Huterinda (Dealer Sepeda Motor Honda)	181010011	
		JUDUL PROPOSAL:		
		JUDUL PROPOSAL:		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, ... 20....
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa : INDRA SURYA

NIM : 19100150

Kelas : PENASARAN B

Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0878 9054 3475 Email: indra.surya.2201@gmail.com

Alamat Tinggal: Jl. Melal, Kamp. Common residence B 12 a

Nama Dosen Pembimbing I:

Nama Dosen Pembimbing 2:

Hommy Dorthy Elyany Sinaga, ST, MM Muhammad Ali Akbar, SE, M.M

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	01 Oktober 2022	Bimbingan Judul	<i>[Signature]</i>
2	25 Januari 2023	Bimbingan Bab 1	<i>[Signature]</i>
3	1 Februari 2023	Bimbingan Revisi Bab 1	<i>[Signature]</i>
4	6 Februari 2023	Bimbingan Revisi Bab 2	<i>[Signature]</i>
5	10 Februari 2023	Bimbingan Revisi Bab 1, 2 & 3	<i>[Signature]</i>
6	20 - 2 - 2023	ACC skripsi	<i>[Signature]</i>
7	13 - 04 - 2023	Bimbingan Bab 4, 5	<i>[Signature]</i>
8	28 - 04 - 2023	Bimbingan bab 4, 5 & SPSS	<i>[Signature]</i>
9	04 - 05 - 2023	Revisi bab 4, 5	<i>[Signature]</i>
10	06 - 05 - 2023	ACC sidang magang	<i>[Signature]</i>
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	14/04-2023	Skripsi telah di ACC / lanjut penulisan	<i>[Signature]</i>
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorthy Elyany Sinaga, S.T., M.M



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
2



Nama Mahasiswa : INDRASURYA

NIM : 191010150

Kelas : PEMASARAN B

Konsentrasi : ~~Komunikasi~~ Pemasaran (core yang tidak sesuai)

HP/WA : 0878 9059 3475 Email: Indra.Surya.2201@gmail.com

Alamat Tinggal: Jl. Mabel, Kemp. Comoro Residence B21A

Nama Dosen Pembimbing 1:

Nama Dosen Pembimbing 2:

Hommy Dorthy Elyany Sinaga, S.T., M.M. Mohammed N. Alhar, S.E., M.M.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	7 November 2022	Bimbingan judul	ssul
2	10 Februari 2023	Bimbingan Revisi Bab 1	ssul
3	—	Bimbingan Revisi Bab 2	ssul
4	—	Bimbingan Revisi Bab 3	ssul
5	20-02-2023	Acc Skripsi	ssul
6	16-Mar-2023	Bimbingan Bab 4, 5 SPSS	ssul
7	04-April-2023	Bimbingan SPSS	ssul
8	27/04-2023	Revisi Bab 4, 5	ssul
9	04 Mei 2023	Acc sidang meja hijau	ssul
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	4/5 2023	Acc revisi skripsi, lanjut ke bab 4 dan 5	ssul
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorthy Elyany Sinaga, S.T., M.M.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Indra Surya

NIM/Program Studi : 191010150

Tempat & Tanggal Lahir : Silau Manik, 22-01-2001

No. Handphone : 0878-9059-3475

Agama : Buddha

Email : indra.surya2201@gmail.com

Pekerjaan : Mahasiswa

Latar Belakang Pendidikan : 1.SD Kristen Methodist P.Siantar (2007-2013)

2.SMP Kristen Methodist P.Siantar (2013-2016)

3.SMA Kristen Methodist P.Siantar (2016-2019)

4. STIE Eka Prasetya (2019-sekarang)

Nama Ayah : Ginu

Nama Ibu : Dewi

Alamat Orang Tua : jl. Komplek tanah jawa indah No. 3B