

Analisis kepuasan pelanggan terhadap layanan sub divisi klaim kendaraan bermotor (CAC) PT. Asuransi Jasa Indonesia

Herman Prasojo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=100367&lokasi=lokal>

Abstrak

Kesadaran berasuransi bagi masyarakat Indonesia timbul akibat dari banyaknya aksi kerusuhan dan teror yang melanda Indonesia seiring dengan krisis ekonomi yang melanda di Indonesia. Oleh sebab itu banyak pula perusahaan asuransi yang menawarkan produk-produk unggulan asuransinya. Saiah satu perusahaan yang gencar menawarkan produk unggulannya adalah PT. Asuransi Jasa Indonesia (Jasindo) yang menawarkan produk baru unggulan asuransi kendaraan bermotor Jasindo Oto dengan rate premi All Risk hanya 1,70% per tahun. Dengan diluncurkannya produk Jasindo Oto pada pertengahan tahun 2002, maka banyak pula pelanggan-pelanggan baru dan lama yang menggunakan produk tersebut. Sehubungan dengan hal itu maka semakin banyak juga klaim yang timbul yang diajukan kepada Jasindo melalui Sub Divisi Klaim Kendaraan Bermotor (CAC). CAC merupakan tempat layanan klaim khusus kendaraan bermotor yang fungsinya melayani pelanggan dalam menyelesaikan proses klaim dari pengaduan kendaraannya mengalami kerusakan, kehilangan dan sampai kendaraan tersebut selesai diperbaiki atau mendapatkan penggantian kerugian dengan uang.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan guna meningkatkan kualitas layanan CAC serta untuk mengetahui dimensi-dimensi layanan yang menjadi prioritas utama pelanggan, maka diadakan penelitian kuantitatif mengenai hal tersebut.

Penelitian ini bersifat deskriptif dan dilakukan dengan menggunakan metode penelitian lapangan dengan menggunakan sampel yang diambil dari pelanggan yang mengunjungi bengkel rekanan CAC dan juga pelanggan yang pernah melakukan klaim terhadap mobilnya. Pelanggan-pelanggan itu adalah pelanggan perorangan atau ritel dan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang.

Hasil penelilian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh Jasindo dalam menyusun strategi pelayanan agar tercipta kepuasan pelanggan yang tinggi dan menghasilkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Mengenai tingkat kepuasan responden secara keseluruhan terhadap layanan CAC mayoritas responden merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.