

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. ASURANSI WAHANA
TATA CABANG PALEMBANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Selatan



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

OLEH

**SEPTY ALEYCIA
20612010128**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
2024**

PENGESAHAN

Telah diterima dan disahkan oleh Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan sebagai persyaratan untuk mengakhiri Studi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan.

Hari : Kamis

Tanggal : 8 Agustus 2024

Pj. Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Sumatera Selatan



Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc, P.hD

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Asuransi Wahana Tata cabang Palembang. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 Orang. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen digunakan analisis regresi berganda.. Analisis regresi di peroleh $Y_1 = 0,066 + 0,179 X_1 + 0,805 X_2$. Nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 5,346, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.dan nilai F hitung adalah sebesar 1499,476 dengan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0,000^a. Kedua variabel tersebut yaitu variabel kualitas pelayanan dan variabel kepercayaan nilai tingkat signifikasinya (Sig.) < 0,05, artinya model signifikan. Hasil analisis regresi dan uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel kepercayaan (X2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas (Y)..

Kata Kunci : kualitas pelayanan, variabel kepercayaan, loyalitas

ABSTRACT

This research aims to: determine the influence of service quality and trust on customer loyalty at PT. Wahana Tata Insurance, Palembang branch. The sample taken in this research was 96 people. To determine the effect of service quality and trust on consumer satisfaction, multiple regression analysis was used. Regression analysis obtained $Y_1 = 0.066 + 0.179 X_1 + 0.805 X_2$. The calculated t value for the service quality variable is 5.346, with a level of cognition of 0.000. And the calculated F value is 1499.476 with a level of cognition (Sig.) of 0.000^a. These two variables, namely the service quality variable and the trust variable, have a significance level value (Sig.) < 0.05, meaning the model is significant. The results of regression analysis and hypothesis testing show that the service quality variable (X1) and the trust variable (X2) have a positive and significant influence on. loyalty variable (Y)..

Keywords: service quality, trust variables, loyalty