

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b> .....	iii
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Kerangka Sistematis Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN LITERATUR</b> .....	10
2.1 <i>Brand Image</i> .....	10
2.1.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	10
2.1.2 Indikator-Indikator <i>Brand Image</i> .....	11
2.1.3 Manfaat <i>Brand Image</i> .....	12
2.1.4 Faktor-Faktor Pendukung Terbentuknya <i>Brand Image</i> .....	13
2.2 <i>Service quality</i> .....	16
2.2.1 Pengertian <i>Service quality</i> .....	16
2.2.2 Dimensi <i>Service quality</i> .....	17
2.2.3 Fungsi <i>Service Quality</i> .....	19
2.3 Asuransi.....	19
2.3.1 Jenis-Jenis Asuransi.....	20
2.3.2 Unsur-Unsur Asuransi.....	21
2.3.3 Tujuan Asuransi.....	21
2.3.4 Fungsi Asuransi.....	22
2.3.5 Prinsip-Prinsip Asuransi.....	24
2.4 <i>Customer Satisfaction</i> .....	30
2.4.1 Metode Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i> .....	31
2.4.2 Manfaat <i>Customer satisfaction</i> .....	32
2.4.3 Dimensi <i>Customer satisfaction</i> .....	33
2.5 <i>Customer Value</i> .....	34
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	36
2.6.1 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i> .....	36
2.6.2 Hubungan <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	37

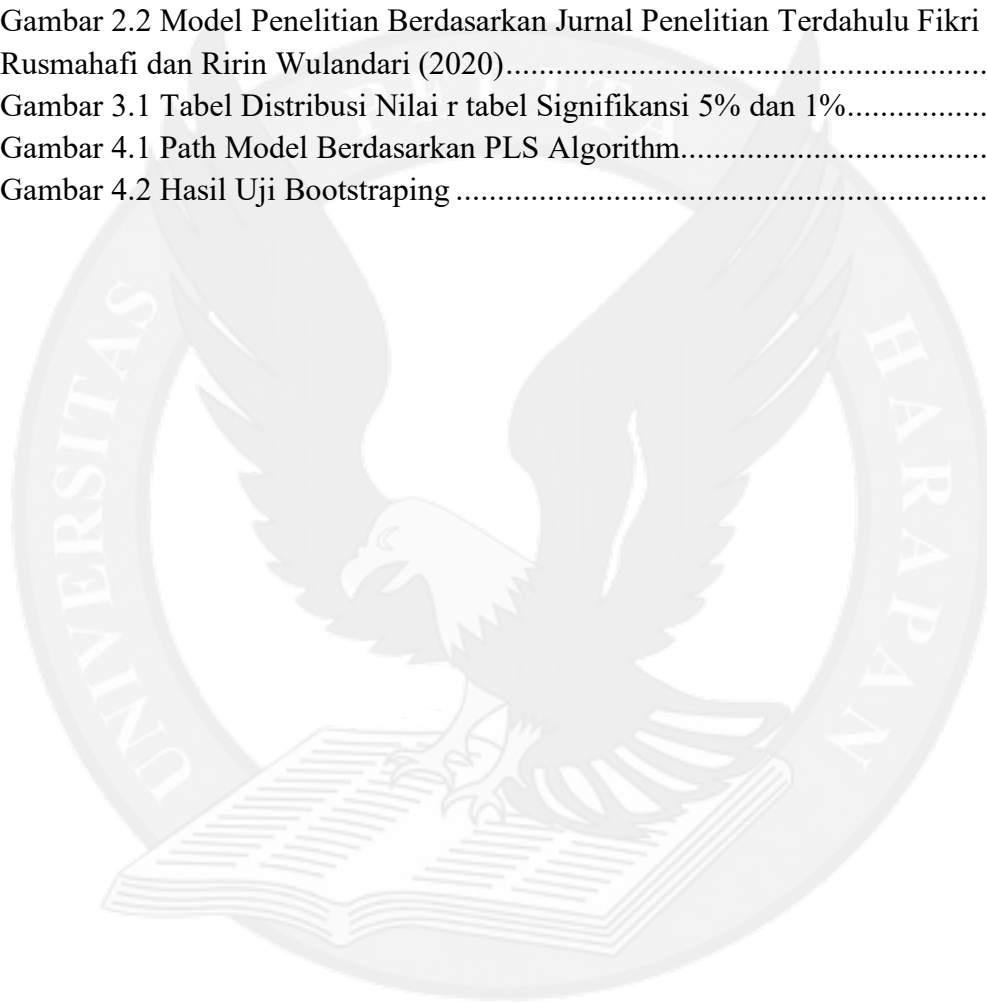
2.6.3	Hubungan <i>Customer Value</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i> .....	38
2.7	Model Penelitian.....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>42</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	42
3.2	Jenis Penelitian .....	42
3.3	Pengukuran Operasional Variabel Penelitian.....	43
3.4	Unit Analisis.....	48
3.5	Disain Sampel & Jumlah Sampel .....	49
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	50
3.7	Pengembangan Kuesioner.....	50
3.8	Metode Analisis Data.....	51
3.8.1	Statistik Deskriptif.....	51
3.8.2	Statistik Inferensial .....	52
3.8.3	Uji Validitas dan Reliabilitas melalui SPSS .....	53
3.8.4	Pengukuran <i>Outer Model</i> (Model Pengukur <i>PLS-SEM</i> ).....	55
3.8.5	Pengukuran <i>Inner Model</i> (Model Struktural <i>PLS-SEM</i> ).....	57
3.8.6	Uji Multikolinearitas.....	58
3.8.7	Uji Hipotesis (Uji T).....	59
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>61</b>
4.1	Profil Responden .....	61
4.1.1	Jenis Kelamin .....	61
4.1.2	Usia Responden .....	62
4.1.4	Pendidikan Responden.....	63
4.2	Hasil Studi Pendahuluan .....	63
4.2.1	Hasil Pengujian Validity Pendahuluan .....	63
4.2.2	Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan .....	66
4.3	Statistik Deskriptif.....	67
4.3.1	<i>Brand Image</i> .....	68
4.3.2	<i>Service Quality</i> .....	69
4.3.4	<i>Customer Satisfaction</i> .....	72
4.4	Statistik Inferensial .....	74
4.4.1	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	74
4.4.2	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	79
4.5	Pengujian Hipotesis .....	82
4.5.1	Pengujian Hipotesis ( <i>One Tailed Test</i> ) .....	83
4.6	Pembahasan .....	85
4.6.1	Pembahasan Hipotesis 1 .....	85
4.6.2	Pembahasan Hipotesis 2 .....	86
4.6.3	Pembahasan Hipotesis 3 .....	87
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>89</b>

5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Implikasi Manajerial.....	90
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	92
5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>94</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Perusahaan Asuransi di Indonesia 2016-2020 .....	2
Gambar 1.2 Dominasi Pendapatan Premi pada Februari 2021 Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (Pusparisa, 2021).....	3
Gambar 2.1 Istilah-Istilah dalam asuransi (Sumber: Allianz.co.id) .....	27
Gambar 2.2 Model Penelitian Berdasarkan Jurnal Penelitian Terdahulu Fikri Aulawi Rusmahafi dan Ririn Wulandari (2020).....	40
Gambar 3.1 Tabel Distribusi Nilai r tabel Signifikansi 5% dan 1%.....	54
Gambar 4.1 Path Model Berdasarkan PLS Algorithm.....	80
Gambar 4.2 Hasil Uji Bootstraping .....	83



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i> .....	36
Tabel 2.2 Penelitian Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	37
Tabel 2.3 Penelitian Pengaruh <i>Customer Value</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i> .....	38
Tabel 3.1 Tabel DKDO <i>Brand Image</i> .....	44
Tabel 3.2 Tabel DKDO <i>Service Quality</i> .....	45
Tabel 3.3 Tabel DKDO <i>Customer Value</i> .....	47
Tabel 3.4 Tabel DKDO <i>Customer satisfaction</i> .....	47
Tabel 3.5 Tabel Klasifikasi Jarak Interval Penilaian.....	52
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	61
Tabel 4.2 Usia Responden.....	62
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	62
Tabel 4.4 Pendidikan Responden.....	63
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	64
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i> .....	64
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel <i>Customer Value</i> .....	66
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	66
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan.....	67
Tabel 4.10 Tabel Klasifikasi Statistik Deskriptif.....	68
Tabel 4.11 Tabel Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i> .....	68
Tabel 4.12 Tabel Statistik Deskriptif <i>Service Quality</i> .....	69
Tabel 4.13 Tabel Statistik Deskriptif <i>Customer Value</i> .....	72
Tabel 4.14 Tabel Statistik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i> .....	73
Tabel 4.15 Outer Loading <i>Actual Test (First Order Construct)</i> .....	75
Tabel 4.16 Tabel <i>Outer Loading Actual Test (Second Order Construct)</i> .....	76
Tabel 4.17 <i>Average Variance Extracted</i> Penelitian Aktual.....	77
Tabel 4.18 Kriteria Fornell-Lacker Penelitian Aktual (Setelah Penghapusan).....	78
Tabel 4.19 Composite Reliability Penelitian Aktual.....	79
Tabel 4.20 Nilai R-square.....	80
Tabel 4.21 Nilai Q-square.....	81
Tabel 4.22 Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 4.23 Hasil Structural Model.....	83