

ABSTRACT

Clarisse

1501020239

THE IMPACT OF INSURANCE CLAIM TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION LEVEL IN AIA MEDAN

Insurance has become one of the most important aspect in citizens everyday life. With the growing competition between each insurance companies, customers will surely choose products and company that could satisfy them the most.

By looking from an insurance business point of view, customer satisfaction is the most essential part. Insurance business is similar to marketing business where the selling point is intangible product and communication skill.

The population will be the customer that claim insurance benefits from PT. AIA Financial office branch in Medan starting from January 2018 until March 2019. In this research, writer will be using probability sampling as the sampling method and the writer will use Slovin's formula in order to calculate the sample size.

For the research, the writer distributed the questionnaires to 63 sample from aia financial. It shows that the result of each question from each variable is considered as valid and reliable. Based on the research done, It can be conclude that H_a is accepted and H_o is rejected. Thus, there is an effect between insurance claiming and customer satisfaction level at PT AIA Financial Medan.

Through the data gathered from the questionnaires distributed to respondents, the result shows that it is an advantage if the company is able to create more quick and practical process in insurance benefits and launch new products that have cheaper premium for citizens.

Keywords: Insurance, Insurance Claim and Customer Satisfaction Level

ABSTRAK

Clarisse

1501020239

DAMPAK KLAIM ASURANSI TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DI AIA MEDAN

Asuransi telah menjadi salah satu aspek terpenting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Dengan meningkatnya persaingan antara masing-masing perusahaan asuransi, pelanggan pasti akan memilih produk dari perusahaan yang paling memuaskan mereka.

Dengan melihat dari sudut pandang bisnis asuransi, kepuasan pelanggan adalah bagian yang paling penting. Bisnis asuransi mirip dengan bisnis pemasaran di mana titik penjualannya adalah produk tidak berwujud (servis) dan keterampilan komunikasi.

Populasi dari penelitian ini berasal dari pelanggan yang mengklaim manfaat asuransi dari PT. AIA Financial di Medan mulai dari Januari 2018 hingga Maret 2019. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan probability sampling sebagai metode pengambilan sampel dan menggunakan rumus Slovin untuk menghitung ukuran sampel.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian, ada pengaruh antara klaim asuransi dan tingkat kepuasan pelanggan di PT AIA Financial Medan.

Melalui data yang dikumpulkan dari kuesioner yang dibagikan kepada responden, hasilnya menunjukkan bahwa akan menjadi keuntungan jika perusahaan mampu menciptakan proses yang lebih cepat dan praktis dalam manfaat asuransi dan meluncurkan produk baru yang memiliki premi lebih murah untuk masyarakat.

Kata Kunci: Asuransi, Klaim Asuransi dan Tingkat Kepuasan Nasabah