

**Pengaruh Premi Asuransi, *Claim* dan *Recovery* Terhadap Kualitas Layanan Melalui Kepuasan Pengguna Asuransi Kendaraan Bermotor di Kota Makassar**

**Herlina<sup>1</sup>, Ramlawati<sup>2</sup>, Suriyanti<sup>3</sup>**  
Universitas Muslim Indonesia Makassar  
Herlina.sonte82@gmail.com

**ABSTRACT**

*Insurance is a financial means in economic guarantees, both in facing risks to owned assets. This study aims to analyze the direct and indirect effects of insurance premiums, claims and recovery on service quality through motor vehicle insurance user satisfaction. This study uses a quantitative method approach. The data collection technique (instrument) used is a survey and questionnaire. The population and sample are purposive motor vehicle insurance users totaling 126 respondents. Data analysis uses SEM-PLS analysis with outer and inner models. The results of the study found that insurance premiums and claims directly have a positive and significant effect on the quality of motor vehicle insurance services. Recovery has a positive and insignificant effect on the quality of motor vehicle insurance services. Insurance premiums, claims and recovery directly have a positive and significant effect on the satisfaction of motor vehicle insurance users. User satisfaction directly has a positive and significant effect on the quality of motor vehicle insurance services. Insurance premiums, claims and recovery directly have a positive and significant effect on service quality through motor vehicle insurance user satisfaction in Makassar City.*

**Keywords:** *Insurance Premiums, Claims, Recovery, User Satisfaction and Service Quality*

**ABSTRAK**

Asuransi merupakan sarana keuangan dalam penjaminan ekonomi, baik dalam menghadapi risiko atas harta benda yang dimiliki. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung dari premi asuransi, *claim* dan *recovery* terhadap kualitas layanan melalui kepuasan pengguna asuransi kendaraan bermotor. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data (instrumen) yang digunakan adalah *survey* dan kuesioner. Populasi dan sampel adalah pengguna asuransi kendaraan bermotor secara *purposive* sebanyak 126 responden. Analisis data menggunakan analisis SEM-PLS dengan *outer* dan *inner model*. Hasil penelitian menemukan premi asuransi dan *claim* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan asuransi kendaraan bermotor. *Recovery* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kualitas layanan asuransi kendaraan motor. Premi asuransi, *claim* dan *recovery* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna asuransi kendaraan bermotor. Kepuasan pengguna secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan asuransi kendaraan bermotor. Premi asuransi, *claim* dan *recovery* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan melalui kepuasan pengguna asuransi kendaraan bermotor di Kota Makassar.

**Kata Kunci:** Premi Asuransi, *Claim*, *Recovery*, Kepuasan Pengguna dan Kualitas Layanan

## PENDAHULUAN

Era globalisasi ditandai dengan terjadinya percepatan dari setiap kegiatan manusia (Johnston et al, 2024). Salah satu kegiatan yang mendapat perhatian dari masyarakat secara umum adalah penanganan risiko atas kepemilikan material dan non material. Seperti halnya orang yang memiliki kendaraan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan individu maupun organisasi selalu membutuhkan jaminan atas risiko kecelakaan ataupun kerusakan (Mehta et al, 2022). Kehadiran asuransi kendaraan merupakan salah satu solusi yang diambil oleh masyarakat sebagai klien atau nasabah supaya memiliki jaminan atas risiko kecelakaan atau kerusakan (Gayathri et al, 2019).

Berdasarkan data konkret hasil survei yang dilakukan oleh asuransi kendaraan bermotor 43.4% merasakan tingkat kepuasan pengguna atas kualitas layanan yang diterima sebagai klien atau nasabah. Selebihnya sebesar 56.6% masih menemukan kendala atau respons yang negatif atas kualitas layanan yang kurang memuaskan. Secara umum kualitas layanan yang dikeluhkan klien/nasabah berkaitan dengan layanan bukti fisik, keandalan, responsif, jaminan dan empati pelayanan yang diberikan oleh pihak asuransi belum memberikan kepuasan. Setiap kepuasan menghasilkan kualitas layanan yang terbaik (Arora & Stoner, 2019).

Saat ini asuransi kendaraan bermotor di Kota Makassar, seperti Garda Oto, Autocillin Makassar dan PT. Asuransi Bangun Askrida, para klien/nasabahnya masih menunjukkan kurang puas dalam pelayanannya khususnya yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan asuransi dalam melakukan riset yang kurang mendalam, belum menentukan kesesuaian kebutuhan dengan anggaran, kurang membandingkan produk dari perusahaan yang sama, kurang mengaktualisasikan polis asuransi, jarang berkonsultasi dengan agen atau konsultan yang berlisensi dan tidak menunjukkan reputasi yang dimiliki perusahaan. Seharusnya dalam mewujudkan kepuasan klien atas kualitas layanan asuransi perusahaan harus mampu mengembangkan *tips* dalam memilih perusahaan asuransi yang baik dalam menumbuhkan tingkat loyalitas klien dalam memilih asuransi yang dibutuhkan (Crosby & Cowles, 2021).

Mengingat kualitas layanan melalui kepuasan pengguna asuransi yang masih mempertimbangkan pilihan-pilihan dalam menentukan tingkat premi asuransi, kegiatan klaim dan *recovery* atas aktivitas pengajuan asuransi yang menjadi perhatian dan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk menjadi pengguna asuransi (Chow & Lim, 2020). Premi asuransi menjadi salah satu pertimbangan yang mempengaruhi kepuasan pengguna dan kualitas layanan asuransi (Crosby & Stephen, 2019). Biasanya pihak pengguna memilih premi asuransi sesuai dengan besarnya uang yang dibayarkan pemegang polis kepada pihak asuransi sebagai imbalan atas perlindungan finansial yang diberikan (Josep et al, 2023). Ini tergantung pada durasi polis, jenis kendaraan, pekerjaan dan kondisi kendaraan yang dijadikan sebagai jaminan untuk menentukan besarnya premi asuransi yang harus dibayarkan. Faktanya banyak penetapan premi asuransi yang tidak mempertimbangkan perjanjian polis asuransi.

Selain itu baik tidaknya kualitas layanan dan kepuasan sangat tergantung pada wujud klaim asuransi sebagai permohonan yang diajukan oleh pemegang polis kepada perusahaan untuk mendapatkan ganti rugi yang dijamin (Clow & Vorhies, 2023). Klaim ini selalu mempertimbangkan terjadinya peristiwa atas risiko yang telah disepakati dalam polis kendaraan (Crosby & Cowles, 2021). Biasanya tuntutan klaim selalu dilakukan karena risiko sering terjadi, status polis yang mengalami perubahan, masa tunggu yang terlalu lama jatuh temponya dan prosedur kelengkapan dokumen yang tidak sederhana. Klaim yang baik adalah yang mengantisipasi setiap risiko yang terjadi dengan memperhatikan status polis yang sesuai dengan masa waktu yang berlaku dengan kelengkapan secara rinci atas klaim yang dilakukan kepada pihak perusahaannya (Johnston et al, 2024). Kenyataan pihak perusahaan sering kurang menyikapi atau kurang memperhatikan.

Termasuk yang perlu dipertimbangkan di dalam menentukan kualitas layanan yang kepuasan yang diambil pihak asuransi adalah memperhatikan *recovery* asuransi, yaitu suatu tindakan dalam pemulihan hak-hak atas semua keberpihakan yang berkaitan dengan klaim (Clow & Vorhies, 2023). *Recovery* tersebut membentuk upaya ganti rugi atas segala kecelakaan dan kerusakan. Melakukan pembayaran jumlah penanggungan yang telah dijamin, mengambil keputusan yang berpihak pada klien dan memberikan hasil polis secara proporsional sesuai kesepakatan dan perjanjian (Berry, 2019). *Recovery* asuransi yang baik adalah yang memberikan jaminan hak kepada setiap klien untuk terpenuhi kualitas layanan dan kepuasannya.

## TINJAUAN LITERATUR

### Premi Asuransi

Subagyo (2021) premi sebagai uang yang dibayarkan oleh tertanggung kepada perusahaan asuransi yang dapat ditentukan dengan cara tertentu. Sementara asuransi menurut Undang-Undang No. 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian yang dimaksud Asuransi atau Pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan. Premi asuransi menjadi kewajiban peserta Asuransi untuk membayar sejumlah dana kepada perusahaan asuransi sesuai kesepakatan dalam akad (Amrin, 2020).

### Claim

Menurut PSAK No. 28 Klaim adalah ganti rugi yang dibayarkan atau yang menjadi kewajiban kepada tertanggung atau perusahaan asuransi (*ceding company*)

sehubungan dengan telah terjadinya kerugian. Bagian klaim yang diterima dari reasuradur merupakan salah satu bentuk "pemulihan klaim" (*claim recovery*). Beban klaim diakui dan dicatat bersamaan dengan timbulnya kewajiban kepada tertanggung/perusahaan asuransi (*ceding company*) yaitu pada periode tercapainya persetujuan ganti rugi kepada tertanggung. Jadi klaim adalah pemberian ganti rugi yang diberikan oleh pihak penanggung kepada pihak tertanggung apabila pihak tertanggung mengalami kerugian (Darmawi, 2024).

### **Recovery**

*Recovery* menganut prinsip *indemnity* yaitu tertanggung tidak dimungkinkan menerima keuntungan akibat terjadinya suatu peristiwa (Tandelilin, 2021). Oleh karenanya, sisa barang yang mengalami kerugian, setelah mendapat penggantian dari penanggung, menjadi hak sepenuhnya pihak penanggung. Termasuk pula tuntutan hukum yang dimiliki oleh tertanggung kepada pihak ketiga, jika kerugian terjadi akibat perbuatan pihak ketiga. Tertanggung harus menyerahkan semua haknya atas barang atau tuntutan kepada pihak ketiga, serta membantu semaksimal mungkin agar penanggung dapat mengambil hak tersebut

### **Kepuasan Pengguna**

Ketercapaian kepuasan pengguna dapat dikatakan berhasil apabila tanggapan pengguna terhadap kualitas jasa pelayanan sama atau lebih dari yang diharapkannya terhadap kualitas tersebut (Fransiska R, 2020). Menurut Kotler (2019) arti dari kepuasan pengguna yaitu sebuah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang yang berasal dari hasil kesannya antara kinerja yang dirasakan dari suatu produk dan harapan-harapannya (*expectations*). Dapat dipahami bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau pun mendapatkan apa yang diinginkan seseorang terhadap sesuatu hal.

### **Kualitas Layanan**

Konsep kualitas layanan ini merupakan suatu revolusi secara menyeluruh, permanen dalam mengubah cara pandang manusia dalam menjalankan atau mengupayakan usaha-usahanya yang berkaitan dengan proses dinamis, berlangsung, terus menerus di dalam memenuhi harapan, keinginan dan kebutuhan. Hal ini sesuai dengan teori "*quality*" yang dikemukakan oleh Marcel (2020) bahwa keberhasilan suatu tindakan jasa ditentukan oleh kualitas. Kualitas merupakan apresiasi tertinggi dari tindakan pelayanan. Stemvelt (2019) menyatakan bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu persepsi tentang revolusi kualitas secara menyeluruh yang terpikirkan dan menjadi suatu gagasan yang harus dirumuskan (formulasi) agar penerapannya (implementasi) dapat diuji kembali (evaluasi), untuk menjadi suatu proses yang dinamis, berlangsung, terus menerus dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Teori "tujuan" yang dikembangkan oleh Samuelson (2019) bahwa tujuan adalah asumsi kepuasan yang disesuaikan dengan tingkat kualitas layanan.

### **Pengembangan Hipotesis**

X1, X2 dan X3 → Z

Premi asuransi, *claim* dan *recovery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna asuransi kendaraan bermotor .

X1, X2 dan X3 → Y

Premi asuransi, *claim* dan *recovery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan asuransi kendaraan bermotor .

Z → Y

Kepuasan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan asuransi kendaraan bermotor .

X1, X2 dan X3 → Z → Y

Premi asuransi, *claim* dan *recovery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan melalui kepuasan pengguna asuransi kendaraan bermotor di Kota Makassar.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menganalisis pada fokus pada data numerikal (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistika. Lokasi penelitian dilaksanakan pada perusahaan asuransi di Kota Makassar. Teknik pengumpulan data (instrumen) yang digunakan adalah *survey* dan penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna asuransi kendaraan bermotor , dengan menetapkan sampel secara *purposive* sebanyak 126 orang pengguna yang terjaring dalam kurun waktu sebulan penelitian. Jadi besar sampel penelitian sebanyak 126 responden. Pada statistik inferensial ini disimpulkan yang akan menjadi hasil dari penelitian, sehingga hubungan antar variabel, data analisis menggunakan SEM-PLS dengan *outer* dan *inner model* terjelaskan.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Deskripsi Variabel**

Deskripsi variabel digunakan untuk menentukan besarnya rata - rata (*mean*), nilai tertinggi, nilai terendah, dan standar deviasi dari variabel yang digunakan. Hasil statistik yang didapat dalam penelitian ini dapat dijelaskan bahwa dari 44 butir instrumen yang disampaikan kepada 126 responden diperoleh sebagai berikut:

**Variabel Eksogen Premi Asuransi, *Claim* dan *Recovery***

**Tabel 1. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Eksogen**

Indikator	Mean	Indikator	Mean	Indikator	Mean
X1.1	4.040	X2.1	3.992	X3.1	3.992
X1.2	4.063	X2.2	4.063	X3.2	4.063
X1.3	4.095	X2.3	3.810	X3.3	3.810
X1.4	4.024	X2.4	4.103	X3.4	4.103
X1.5	3.960	X2.5	4.056	X3.5	4.056
X1.6	4.048	X2.6	4.000	X3.6	4.000
X1.7	4.000	X2.7	4.087	X3.7	4.087
X1.8	3.976	X2.8	4.056	X3.8	4.056

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 1 dari jawaban seluruh responden dapat diketahui bahwa indikator premi asuransi “X1.3” merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata atau mean tertinggi yaitu sebesar 4,095 di antara indikator lainnya. Sedangkan indikator “X1.5” merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata atau mean terendah yaitu sebesar 3,976. Selanjutnya indikator *claim* “X2.7” merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata atau mean tertinggi yaitu sebesar 4,087 di antara indikator lainnya. Sedangkan indikator “X2.3” merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata atau mean terendah yaitu sebesar 3,810. Indikator *recovery* “X3.4” merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata atau mean tertinggi yaitu sebesar 4.087 di antara indikator lainnya. Sedangkan indikator “X3.5” merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata atau mean terendah yaitu sebesar 3.857.

**Variabel Endogen Kepuasan Pengguna dan Kualitas Layanan**

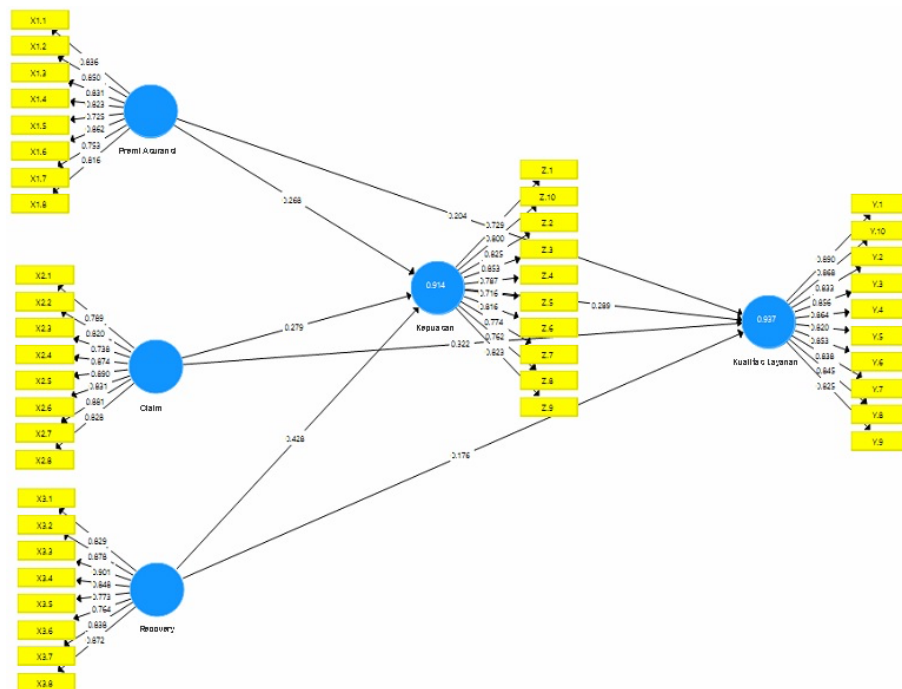
**Tabel 2. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Endogen**

Indikator	Mean	Indikator	Mean
Z.1	4.032	Y.1	3.698
Z.2	3.984	Y.2	4.127
Z.3	4.119	Y.3	4.016
Z.4	4.000	Y.4	4.063
Z.5	4.032	Y.5	3.952
Z.6	4.071	Y.6	4.000
Z.7	3.976	Y.7	4.032
Z.8	4.016	Y.8	4.032
Z.9	4.032	Y.9	4.087
Z.10	4.032	Y.10	4.056

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 2 dari jawaban seluruh responden dapat diketahui bahwa indikator kepuasan Z.3 merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata atau mean tertinggi yaitu sebesar 4.119 di antara indikator lainnya. Sedangkan indikator “Z.7” merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata atau mean terendah yaitu sebesar 3.976. Indikator kualitas layanan “Y.2” merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata atau mean tertinggi yaitu sebesar 4.127 di antara indikator lainnya. Sedangkan indikator “Y.1” merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata atau mean terendah yaitu sebesar 3.698.

**Outer Model**



**Gambar 1. Hasil Output Outer Model**

**Construct Validity dan Discriminant Validity**

Bagian *Outer Model* membahas hasil hubungan antara variabel dan indikatornya. Untuk mengevaluasi kualitas hubungan ini, pengukuran didasarkan validitas dan reliabilitas. *Convergent Validity* dapat dilihat dari nilai *outer loading* yang harus lebih dari 0,7 (Ghozali & Latan, 2019). Berdasarkan bagan *Outer model* diatas menunjukkan keseluruhan variabel memenuhi *convergent validity* sehingga semua indikator tersebut digunakan dalam uji selanjutnya.

**Tabel 3. Hasil Uji AVE**

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Kepuasan	0.932	0.935	0.943	0.623

Kualitas Layanan	0.957	0.957	0.963	0.721
Premi Asuransi	0.926	0.929	0.940	0.661
Claim	0.939	0.942	0.950	0.704
Recovery	0.936	0.940	0.948	0.694

Sumber: Data Primer yang diolah Smart PLS, 2024

Berdasarkan tabel 3, menunjukkan bahwa nilai AVE keseluruhan variabel lebih dari 0,5 sehingga *discriminant validity*-nya terpenuhi.

### Uji Kolinearitas Model

Nilai yang digunakan untuk menganalisis adalah Variance Inflation Factor (VIF). Ketentuannya adalah jika Nilai VIF > 5,00 maka terdapat masalah kolinearitas namun jika Nilai VIF < 5,00 tidak terdapat masalah kolinearitas.

**Tabel 4. Hasil Uji VIF**

	VIF		VIF
X1.1	2.602	X1.6	2.960
X1.2	2.688	X1.7	1.992
X1.3	2.595	X1.8	2.392
X1.4	2.492	X2.1	2.257
X1.5	1.904	X2.1	2.464
X2.3	1.905	Z.4	3.379
X2.4	3.272	Z.5	2.607
X2.5	3.813	Z.6	3.144
X2.6	2.565	Z.7	2.873
X2.7	3.624	Z.8	2.990
X2.8	2.690	Z.9	2.744
X3.1	2.753	Z.10	3.590
X3.2	3.514	Y.1	2.049
X3.3	3.991	Y.2	2.678
X3.4	2.766	Y.3	2.991
X3.5	2.094	Y.4	2.442
X3.6	2.091	Y.5	1.787
X3.7	2.702	Y.6	2.497
X3.8	3.398	Y.7	2.169
Z.1	4.090	Y.8	2.046
Z.2	3.076	Y.9	2.892
Z.3	3.246	Y.10	2.443

Sumber: Data Primer yang diolah Smart PLS, 2024

Berdasarkan tabel 4 hasil uji dapat dilihat bahwa nilai VIF semua indikator variabel kurang dari 5,00 sehingga tidak terjadi kolinearitas antar masing-masing indikator.

### Analisis Regresi

Analisis ini ditunjukkan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, yaitu apakah tiap-tiap variabel independen berhubungan positif atau negatif dan memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

**Tabel 5. Hasil Uji Regresi**

Variabel	Original Sampel
Kepuasan (Z) → Kualitas Layanan (Y)	0.289
Premi Asuransi (X1) → Kepuasan (Z)	0.268
Premi Asuransi (X1) → Kualitas Layanan (Y)	0.204
Claim (X2) → Kepuasan (Z)	0.428
Claim (X2) → Kualitas Layanan (Y)	0.176
Recovery (X3) → Kepuasan (Z)	0.279
Recovery (X3) → Kualitas Layanan (Y)	0.322
Premi Asuransi (X1) → Kepuasan (Z) → Kualitas Layanan (Y)	0.078
Claim (X2) → Kepuasan (Z) → Kualitas Layanan (Y)	0.124
Recovery (X3) → Kepuasan (Z) → Kualitas Layanan (Y)	0.081

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji regresi linier pada Tabel 9 di atas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

Model 1 :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \quad (1)$$

$$\text{Kualitas Layanan} = 0,204 X_1 + 0,322 X_2 + 0,176 X_3$$

Rumus di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien X1 (b1) sebesar 0,204 dengan nilai positif. Berarti peningkatan premi asuransi sebesar 1 kali maka kualitas layanan akan meningkat sebesar 0,204.
2. Nilai koefisien X2 (b2) sebesar 0,322 dengan nilai positif. Berarti peningkatan *claim* sebesar 1 kali maka kualitas layanan akan meningkat sebesar 0,322.
3. Nilai koefisien X3 (b3) sebesar 0,176 dengan nilai positif. Berarti peningkatan *recovery* sebesar 1 kali maka kualitas layanan akan meningkat sebesar 0,176.

Model 2 :

$$Z = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \quad (2)$$

$$\text{Kepuasan pengguna} = 0,268 X_1 + 0,279 X_2 + 0,428 X_3$$

Rumus di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien X1 (b1) sebesar 0,268 dengan nilai positif. Berarti peningkatan premi asuransi sebesar 1 kali maka kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,382.
2. Nilai koefisien X2 (b2) sebesar 0,279 dengan nilai positif. Berarti peningkatan *claim* sebesar 1 kali maka kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,279.
3. Nilai koefisien X3 (b3) sebesar 0,428 dengan nilai positif. Berarti *recovery* sebesar 1 kali maka kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,428.

Model 3 :

$$Y = b_1Z$$

$$\text{Kualitas layanan} = 0,289 Z$$

Rumus di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai koefisien Z (b1) sebesar 0,289 dengan nilai positif. Peningkatan kepuasan pengguna sebesar 1 kali maka kualitas layanan akan meningkat sebesar 0,289.

Ghozali dan Latan (2020) merekomendasikan dalam tahap pengujian reliabilitas lebih baik menggunakan hasil *composite reliability* dibandingkan hasil dari cronbach's alpha, dikarenakan hasil cronbach's alpha umumnya lebih kecil dibandingkan dari hasil *composite reliability*. Indikator dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* >0,6.

**Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas**

	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>rho_A</b>	<b>Composite Reliability</b>
Kepuasan	0.932	0.935	0.943
Kualitas Layanan	0.957	0.957	0.963
Premi Asuransi	0.926	0.929	0.940
Claim	0.939	0.942	0.950
Recovery	0.936	0.940	0.948

Sumber: Data Primer yang diolah Smart PLS, 2024

Berdasarkan hasil *composite reliability* menunjukkan keseluruhan variabel melebihi 0,6 sehingga indikator reliabel atau konsisten untuk mengukur variabel yang sedang diteliti.

**Model Struktural (*Inner Model*)**

**R-Square**

R Square adalah ukuran proporsi variasi nilai variabel yang dipengaruhi (endogen) yang dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya (Eksogen) Kriterianya adalah jika nilai  $R^2 = > 0,75$  maka variabel memiliki nilai substansial (besar atau kuat), Jika nilai  $R^2 = 0,50$  maka variabel memiliki nilai *moderate* (sedang), dan Jika nilai  $R^2 = 0,25$  maka variabel memiliki nilai lemah (kecil).

**Tabel 7. Hasil Uji R-Square**

	R Square	R Square Adjusted
<b>Kepuasan</b>	0.914	0.911
<b>Kualitas Layanan</b>	0.937	0.935

Sumber: Data Primer yang diolah Smart PLS, 2024

R-Square Model Jalur I = 0,911 Artinya kemampuan variabel Premi asuransi, *Claim*, dan *Recovery* dalam menjelaskan Kepuasan pengguna adalah sebesar 91,1% (Kuat). R-Square Model Jalur II = 0,935 Artinya kemampuan variabel Premi asuransi, *Claim*, dan *Recovery* melalui Kepuasan pengguna dalam menjelaskan Kualitas layanan sebesar 93,5% (Kuat)

**F-Square**

*F2 effect size* (F-Square) adalah ukuran yang digunakan untuk menilai dampak relatif dari suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Ketentuannya adalah jika nilai  $F^2 = 0,02$  maka variabel memiliki ukuran efek atau dampak yang lemah, jika nilai  $F^2 = 0,15$  maka variabel memiliki ukuran efek atau dampak yang sedang, dan jika nilai  $F^2 = 0,35$  maka variabel memiliki ukuran efek atau dampak yang besar/baik.

**Tabel 8. Hasil Uji F-Square**

	Kepuasan	Kualitas Layanan
Kepuasan		0.115
Kualitas Layanan		
Premi Asuransi	0.076	0.056
Claim	0.179	0.035
Recovery	0.087	0.146

Sumber: Data Primer yang diolah Smart PLS, 2024

Berdasarkan tabel di atas, maka disimpulkan nilai F-Square untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut: (1) pengaruh premi asuransi terhadap kepuasan pengguna = 0,179 sehingga variabel memiliki ukuran efek atau dampak yang sedang; (2) pengaruh *claim* terhadap Kepuasan pengguna = 0,087 sehingga variabel memiliki ukuran efek atau dampak yang lemah; (3) pengaruh *recovery* terhadap kepuasan pengguna = 0,179 sehingga variabel memiliki ukuran efek atau dampak yang sedang; (4) pengaruh premi asuransi terhadap kualitas layanan =

0,056 sehingga variabel memiliki ukuran efek atau dampak yang lemah; (5) pengaruh *claim* terhadap kualitas layanan = 0,146 sehingga variabel memiliki ukuran efek atau dampak yang sedang; (6) pengaruh *recovery* terhadap kualitas layanan = 0,035 sehingga variabel memiliki ukuran efek atau dampak yang lemah; dan (7) pengaruh kepuasan pengguna terhadap kualitas layanan = 0,115 sehingga variabel memiliki ukuran efek atau dampak yang sedang.

**Pengujian Hipotesis**

***Path Coefficient (Dirrect Effect)***

*Path coefficient* adalah istilah dalam analisis jalur (*path analysis*) yang merujuk pada nilai koefisien yang mengukur hubungan langsung antara dua variabel dalam sebuah model. *Path coefficient* direpresentasikan dengan simbol beta ( $\beta$ ) dan menunjukkan seberapa besar perubahan satu variabel akan mempengaruhi perubahan variabel lainnya dalam model. *Direct effect* (efek langsung) adalah dampak langsung dari suatu variabel independen terhadap variabel dependen melalui jalur yang tidak melibatkan variabel mediator (pengantar). Dalam konteks analisis jalur, *direct effect* diukur melalui *path coefficient* dari variabel independen ke variabel dependen tanpa memperhitungkan pengaruh variabel mediator.

Jika nilai koefisien jalur (*path coefficient*) bernilai positif maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah searah. Sehingga, jika nilai variabel independen meningkat maka nilai variabel dependennya juga akan meningkat. Jika nilai koefisien jalur (*path coefficient*) bernilai negatif maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah berlawanan arah. Sehingga, jika nilai variabel independen meningkat maka nilai variabel dependennya juga akan menurun.

Nilai Probabilitas atau signifikansi (P-Value) dari *direct effect* memiliki ketentuan jika nilai P-Values <0,05, maka variabel independen terhadap variabel dependen memiliki pengaruh signifikan, namun jika nilai P-Values >0,05, maka variabel independen terhadap variabel dependen memiliki pengaruh tidak signifikan.

**Tabel 9. Hasil Uji *Path Coefficient (Dirrect Effect)***

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Kepuasan (Z) → Kualitas Layanan (Y)	0.289	0.280	0.079	3.655	0.000
Premi Asuransi (X1) → Kepuasan (Z)	0.268	0.260	0.096	2.800	0.005
Premi Asuransi	0.204	0.207	0.082	2.488	0.013

(X1) → Kualitas Layanan (Y)					
Claim (X2) → Kepuasan (Z)	0.428	0.433	0.102	4.176	0.000
Claim (X2) → Kualitas Layanan (Y)	0.176	0.177	0.100	1.757	0.080
Recovery (X3) → Kepuasan (Z)	0.279	0.282	0.098	2.847	0.005
Recovery (X3) → Kualitas Layanan (Y)	0.322	0.328	0.082	3.951	0.000

Sumber: Data Primer yang diolah Smart PLS, 2024

Berdasarkan hasil uji disimpulkan sebagai berikut: (1) Premi asuransi terhadap kualitas layanan = 0,204 (positif), P Value 0,013 < 0,05 sehingga variabel Premi asuransi terhadap Kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan; (2) *Claim* terhadap Kualitas layanan = 0,322 (positif), P Value 0,000 < 0,05 sehingga variabel *Claim* terhadap Kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan; (3) *Recovery* terhadap Kualitas layanan = 0,175 (positif), P Value 0,080 > 0,05 sehingga variabel *Recovery* terhadap Kualitas layanan memiliki pengaruh yang tidak signifikan; (4) Premi asuransi terhadap Kepuasan pengguna = 0,268 (positif), P Value 0,005 < 0,05 sehingga variabel Premi asuransi terhadap Kepuasan pengguna memiliki pengaruh yang signifikan; (5) *Claim* terhadap Kepuasan pengguna = 0,279 (positif), P Value 0,003 < 0,05 sehingga variabel *Claim* terhadap Kepuasan pengguna memiliki pengaruh yang signifikan; (6) *Recovery* terhadap Kepuasan pengguna = 0,428 (positif), P Value 0,000 < 0,05 sehingga variabel *Recovery* terhadap kepuasan pengguna memiliki pengaruh yang signifikan; dan (7) Kepuasan pengguna terhadap Kualitas layanan = 0,289 (positif), P Value 0,000 < 0,05 sehingga variabel Kepuasan pengguna terhadap Kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan.

### **Indirect Effect**

Analisis *indirect effect* berguna untuk menguji hipotesis pengaruh tidak langsung suatu variabel independen terhadap variabel dependen yang dimediasi oleh suatu variabel mediator. Jika nilai P-values <0,05, maka signifikan (pengaruhnya adalah tidak langsung), artinya variabel *intervening* “berperan” dalam mediasi hubungan suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai P-values >0,05, maka tidak signifikan (pengaruhnya adalah langsung), artinya variabel *intervening* “tidak berperan” dalam mediasi hubungan suatu variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 10. Hasil Uji *Indirrect Effect*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Premi Asuransi (X1) → Kepuasan (Z) → Kualitas Layanan (Y)	0.078	0.073	0.035	2.205	0.028
Claim (X2) → Kepuasan (Z) → Kualitas Layanan (Y)	0.124	0.122	0.048	2.588	0.010
Recovery (X3) → Kepuasan (Z) → Kualitas Layanan (Y)	0.081	0.077	0.033	2.432	0.015

Sumber: Data Primer yang diolah Smart PLS, 2024

Berdasarkan hasil uji *indirect effect* didapatkan hasil sebagai berikut: (1) Pengaruh tidak langsung Premi asuransi melalui Kepuasan pengguna terhadap Kualitas layanan adalah 0,078 (positif), dengan nilai P Values 0,028 (signifikan). Artinya variabel Kepuasan pengguna berperan dalam memediasi pengaruh Premi asuransi terhadap Kualitas layanan; (2) Pengaruh tidak langsung *Claim* melalui Kepuasan pengguna terhadap Kualitas layanan adalah 0,081 (positif), dengan nilai P Values 0,015 (signifikan). Artinya variabel Kepuasan pengguna berperan dalam memediasi pengaruh *Claim* terhadap Kualitas layanan; dan (3) Pengaruh tidak langsung *Recovery* melalui Kepuasan pengguna terhadap Kualitas layanan adalah 0,124 (positif), dengan nilai P Values 0,010 (signifikan). Artinya variabel Kepuasan pengguna berperan dalam memediasi pengaruh *Recovery* terhadap Kualitas layanan.

Berdasarkan uji hipotesis langsung dan tidak langsung, maka berikut ditampilkan hasil uji hipotesis penelitian dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 11. Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis

	Hipotesis	Original Sample	Hasil Analisis	Kesimpulan
H1	Premi asuransi secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan	0.204 (positif)	P Value 0.013 < 0.05	Diterima
H2	Claim secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan	0.322 (positif)	P Value 0.000 < 0.05	Diterima

H3	Recovery secara langsung berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kualitas layanan	0.176 (positif)	P Value 0.080 < 0.05	Ditolak
H4	Premi asuransi secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna	0.268 (positif)	P Value 0.005 < 0.05	Diterima
H5	Claim secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna	0.279 (positif)	P Value 0.003 < 0.05	Diterima
H6	Recovery secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna	0.428 (positif)	P Value 0.000 < 0.05	Diterima

Sambungan:

	<b>Hipotesis</b>	<b>Original Sample</b>	<b>Hasil Analisis</b>	<b>Kesimpulan</b>
H7	Kepuasan pengguna secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan	0.289 (positif)	P Value 0.000 < 0.05	Diterima
H8	Premi asuransi secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan melalui kepuasan pengguna	0.078 (positif)	P Value 0.028 < 0.05	Diterima
H9	Claim secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan melalui kepuasan pengguna	0.081 (positif)	P Value 0.015 < 0.05	Diterima
H10	Recovery secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan melalui kepuasan pengguna	0.124 (positif)	P Value 0.010 < 0.05	Diterima

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut: (1) premi asuransi dan *claim* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan asuransi kendaraan bermotor. Ini berarti premi asuransi dan *claim* tidak terlepas dari penerapan layanan yang berkualitas dari petugas asuransi kepada pengguna asuransi kendaraan bermotor; (2) *recovery* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kualitas layanan asuransi kendaraan motor. Ini menunjukkan *recovery* yang diterapkan sesuai dengan prosedur yang berlaku; (3) premi asuransi, *claim* dan *recovery* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna asuransi kendaraan bermotor. Artinya penerapan premi asuransi, *claim* dan *recovery* telah dijalankan sesuai prosedur yang berlaku, sehingga pengguna

asuransi kendaraan bermotor merasakan kepuasan atas asuransi yang dimilikinya; (4) kepuasan pengguna secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan asuransi kendaraan bermotor. Kualitas layanan yang diberikan menentukan kepuasan pengguna untuk menggunakan asuransi kendaraan bermotor; dan (5) premi asuransi, *claim* dan *recovery* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan melalui kepuasan pengguna asuransi kendaraan bermotor. Kepuasan yang dirasakan pengguna asuransi kendaraan bermotor mampu memediasi penerapan premi asuransi, *claim* dan *recovery* terhadap kualitas layanan.

Atas kesimpulan tersebut, disarankan bagi perusahaan asuransi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna asuransi kendaraan bermotor, melakukan promosi di media sosial agar semakin menyadarkan masyarakat akan pentingnya berasuransi, memahami premi, *claim* dan *recovery* dalam asuransi kendaraan bermotor sesuai SOP yang berlaku.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amrin, Abdullah. (2020). Kajian Prosedur Pelaporan Dan Penanganan Klaim Asuransi Total Loss Only Kendaraan Bermotor (Studi Di PT Asuransi Jasa Indonesia {Persero} Cabang Surakarta).|| Jurnal Privat Law 5, no. 2 (2020): 43-52
- Arora R and Stoner C (2019), "The Effect of Perceived Service Quality and Name Familiarity on the Service Selection Decision", Journal of Services Marketing, Vol. 10, No. 1, pp. 22-34.
- Berry, L. L. (2019). Relationship marketing of services—growing interest, emerging perspectives. Journal of the Academy of Marketing Science, 23 (Fall), 236-245.
- Chow-Chua C and Lim G (2020), "A Demand Audit of the Insurance Market in Singapore", Managerial Auditing Journal, Vol. 15, No. 7, pp. 372-382.
- Clow, K. F. & Vorhies, D. W. (2023). Building a Competitive Advantage for Service Insurance Premi Firms, Claim and Recovery. Journal of Services Marketing, 7(1), 22-32.
- Crosby, L. A. & Stephens, N. (2019). Effects of relationship marketing on satisfaction, retention, and prices in the life insurance industry. Journal of Marketing Research, 24(November), 404-411.
- Crosby, L. A. & Cowles, D. (2021). Life Insurance Agents as Financial Planners: Matter of Role Consensus. Journal of Professional Services Marketing, 1 (Spring), 69-89.
- Darmawi. (2024). Analisis Strategi Bisnis Perusahaan Asuransi Kerugian Terhadap Kualitas Layanan Klaim Bagi Pemegang Polis Asuransi Kendaraan

- Bermotor.|| EkobismanJurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen 1, no. 3 (2024): 262–81.
- Gayathri, H., Vinaya, M.C. and Lakshmisha, K. (2019). A pilot study on the service quality of insurance companies. *Journal of Services Research*, 5(2):123-138.
- Grönroos, C. (2020). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4):36-44.
- Fransisca, R. (2019). The Influence Of Price Fairness On Customer Satisfaction : An Empirical Test In The Context Of Automobile Purchases, *Journal of product & brand management*. Vol.1 Februari 2008.
- Johnston, E. O., O'Connor, R. J. & Zultowski, W. H. (2024). The personal selling process in the life insurance industry, in J. Jacoby, & C. S. Craig (Eds.), *Personal Selling: Theory, Research and Practice* (pp. 136- 164) Lexington, MA: Lexington Books.
- Josep, M., Stone, G. and Anderson, K. (2023). Insurance customers' assessment of service quality: a critical evaluation. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(1):81-92.
- Kotler, P. (2019). *Marketing Management*. 14th Edition. Pearson, United States of America. *Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2019*, Hal. 1237- 1245.
- Mehta, S.C., Lobo, A. and Khong, H.S. (2022). MSS, MSA and zone of tolerance as measures of service quality: A study in the life insurance industry. *Second International Services Marketing Conference*. University of Queensland, July 4-5.
- Samuelson, Y.C. (2019). An Integrated Model For The Effects Of Perceived Product, Perceived Service Quality, And Perceived Price Fairness On Consumer Satisfaction And Loyalty, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*.
- Stemvelt, John. (2019). A. Conceptual Model Of Service: Quality and Its Implementation For Future Research. *Journal Marketing (fall)*: 41-50.
- Rangkuti, Freddy. (2003). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. *Journal Management Analysis* 2 (1) (2013) ISSN 2252-6552.
- Subagyo (2021). nalisis Pembayaran Premi Dalam Asuransi Syariah.|| *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics* 1, no. 1 (2021): 27–40
- Sugiyono. (2019). *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* . Bandung, Alfabet Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Strategic*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tandelilin, Elfardus. (2021). Analisis Penerapan Recovery Asuransi Kerugian Dalam Pembiayaan Kendaraan Bermotor (Studi Pada PT. BPRS Mitra Agro Usaha). UIN Raden Intan Lampung.
- Undang–Undang No. 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian