

## ABSTRAK

Skripsi ini menggunakan penelitian kuantitatif melalui metode survey kepada nasabah di PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Surabaya mengenai kinerja agen apakah memiliki pengaruh secara simultan dan parsial dalam proses penawaran berasuransi terhadap kepuasan nasabah? Indikator apa yang memiliki pengaruh paling dominan?

Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut, maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan uji  $f$  dan uji  $t$ . Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 39 nasabah, penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria nasabah yang pernah berinteraksi dengan agen saat penawaran berasuransi. Teknik pengumpulan data dengan memberi kuesioner pada nasabah, wawancara pada pegawai dan dokumentasi. Pengujian analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda.

Kepuasan nasabah merupakan tuntutan yang harus dicapai oleh lembaga keuangan dalam mengembangkan usahanya. Ada beberapa faktor dari banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah asuransi pada proses penawaran berasuransi beberapa di antaranya adalah penguasaan produk, kemampuan lobi, *performance*, *networking*, akhlaq dan kepribadian agen. Tujuan penelitian ini untuk membuktikan dan menganalisis adanya pengaruh kinerja agen yang meliputi penguasaan produk, kemampuan lobi, *performance*, *networking*, akhlaq dan kepribadian terhadap kepuasan nasabah.

Hasil pengujian koefisien regresi secara simultan diperoleh  $f$  hitung sebesar 35.847 lebih besar dari pada  $f_{tabel}$  sebesar 2.503, maka penguasaan produk, kemampuan lobi, *performance*, *networking*, akhlaq dan kepribadian secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Pada pengujian koefisien regresi secara parsial diperoleh pengetahuan produk 3.217, kemampuan lobi 3.618, *performance* 4.785, *networking* 4.896 dan, akhlaq dan kepribadian 5.567, semua perhitungan menunjukkan lebih besar dari perhitungan  $t_{tabel}$  2.035, artinya masing-masing variabel bebas (kinerja agen) berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah). Akhlaq dan kepribadian agen merupakan faktor paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah yakni merupakan investasi jangka panjang perusahaan, sehingga perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Bagi para peneliti yang tertarik mengangkat kepuasan nasabah asuransi disarankan untuk menambahkan faktor yang lain seperti pembayaran klaim.