

Lampiran 1

KUISIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. *PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE*

I. Identitas Responden

Nama (Jika berkenan mengisi):.....

Mohon Bapak/Ibu/Saudara/i bersedia menjawab pertanyaan berikut ini, dengan cara memberi tanda silang (X) sesuai dengan keadaan yang sebenarnya:

1. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Umur :
 - a. 17 s/d 25 tahun
 - b. Di atas 25 tahun s/d 30 tahun
 - c. Di atas 30 tahun s/d 35 tahun
 - d. Di atas 35 tahun s/d 40 tahun
 - e. Di atas 40 tahun

II. Petunjuk Pengisian:

Pilihlah jawaban berikut sesuai dengan jawaban yang anda yakini dengan cara memberikan tanda (X) atau tanda centang () pada kolom jawaban yang sudah tersedia !

Keterangan jawaban :

- 1 = Apabila anda merasa **Sangat Setuju**
- 2 = Apabila anda merasa **Setuju**
- 3 = Apabila anda merasa **Cukup**
- 4 = Apabila anda merasa **Kurang Setuju**
- 5 = Apabila anda merasa **Sangat Kurang Setuju**

A. KUALITAS PELAYANAN PT. Prudential Life Assurance

No	Pernyataan	SS	S	N	KS	SKS
1	PT. Prudential Life Assurance bertindak secara profesional dalam memberikan pelayanan					
2	PT. Prudential Life Assurance selalu memberikan solusi pada nasabah saat menawarkan produk					
3	PT. Prudential Life Assurance memberikan bukti klaim asuransi kepada nasabah					
4	PT. Prudential Life Assurance memiliki kompetensi tinggi dalam asuransi jiwa					
5	PT. Prudential Life Assurance memiliki akses yang cukup banyak bagi calon nasabah ataupun nasabah					

B. BRAND IMAGE

No	Pernyataan	SS	S	N	KS	SKS
1	Ketika saya mendengar asuransi jiwa saya mengingat PT. Prudential Life Assurance					
2	Saya menggunakan produk dari PT. Prudential Life Assurance karena pengaruh lingkungan.					
3	Kemudahan klaim membuat saya senang menggunakan polis PT. Prudential Life Assurance					
4	Saya memiliki kepercayaan terhadap setiap produk dari PT. Prudential Life Assurance					
5	Ketika saya berbicara PT. Prudential Life Assurance kepada seseorang, orang tersebut langsung memahaminya.					

C. KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN

No	Pernyataan	SS	S	N	KS	SKS
1	Secara keseluruhan saya puas dengan PT. Prudential Life Assurance					
2	PT. Prudential Life Assurance memiliki banyak keunggulan sehingga Saya tidak akan berpindah ke perusahaan asuransi lain					
3	Saya akan mengajak orang lain untuk menjadi nasabah di PT. Prudential Life Assurance					
4	Saya menganggap PT. Prudential Life Assurance adalah pilihan utama diantara lembaga asuransi lain					
5	Saya akan berpindah ke asuransi lain jika pihak PT. Prudential Life Assurance menaikkan harga premi.					

Lampiran 2

Data responden

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Y	Y	Y	Y	Y
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3
3	2	2	2	2	2	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3
4	1	2	1	2	1	1	3	2	2	2	2	2	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2
7	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	1	2	3	3	3
8	1	1	3	1	3	1	3	4	1	4	3	3	3	3	3
9	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
10	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3
11	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3

12	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3
13	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3
14	2	2	2	2	2	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3
15	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	3	3
16	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
17	2	2	1	2	2	1	2	3	1	2	2	2	2	3	2
18	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2
19	2	1	1	1	1	1	3	2	2	2	2	2	2	1	3
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	2	2	2	2	3	2	4	3	3	3	2	3	4	3	2
22	1	2	1	1	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2
23	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2
24	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
27	2	3	2	2	2	1	2	3	1	2	2	3	3	3	2
28	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
29	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
30	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	3
31	2	2	2	2	2	1	3	2	1	2	1	1	2	1	3
32	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	3
33	2	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2	2	3	3	2
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
35	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
36	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	1	3	3
37	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
38	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2
39	2	4	5	3	2	5	4	2	3	1	2	4	4	4	3
40	2	1	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2
41	1	1	1	1	1	3	2	1	1	2	2	2	2	2	1
42	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1
43	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	4	3	3	3
44	3	3	3	2	2	1	3	3	2	2	3	3	3	2	3
45	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
46	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
47	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	1
48	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
49	2	2	1	3	2	2	4	3	2	4	2	3	2	2	2
50	1	1	1	1	1	2	2	2	1	3	1	2	3	2	1

Jumlah data X dan Y Responden

X1	X2	Y
10	10	10
10	12	13
10	14	15
7	10	13
15	15	15
7	6	10
9	9	12
9	13	15
13	15	14
14	11	15
11	13	14
10	13	15
13	13	16
10	15	14
8	8	9
14	16	15
9	9	11
11	12	11
6	10	10
15	15	15
11	15	14
6	14	14
13	13	14
5	6	7
5	5	5
10	15	14
11	9	13
10	14	15
10	10	10
9	8	11
10	9	8
8	7	8
10	11	12
5	5	6
10	10	10
10	11	13
12	10	10
6	6	6
16	15	17

9	12	10
5	9	9
5	10	11
10	12	15
13	11	14
11	10	10
10	10	11
9	12	8
10	10	10
10	15	11
5	10	9

Lampiran 3

Validitas Kualitas Pelayanan

		Correlations				
		X01	X02	X03	X04	X05
X01	Pearson Correlation	1	.626**	.432**	.611**	.624**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.000
	N	50	50	50	50	50
X02	Pearson Correlation	.626**	1	.681**	.692**	.525**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50
X03	Pearson Correlation	.432**	.681**	1	.513**	.528**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50
X04	Pearson Correlation	.611**	.692**	.513**	1	.578**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50
X05	Pearson Correlation	.624**	.525**	.528**	.578**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validitas Brand Image

		Correlations				
		X06	X07	X08	X09	X10
X06	Pearson Correlation	1	.401**	.252	.584**	.215
	Sig. (2-tailed)		.004	.077	.000	.134
	N	50	50	50	50	50
X07	Pearson Correlation	.401**	1	.572**	.435**	.625**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.002	.000
	N	50	50	50	50	50
X08	Pearson Correlation	.252	.572**	1	.295*	.656**
	Sig. (2-tailed)	.077	.000		.037	.000
	N	50	50	50	50	50

X09	Pearson Correlation	.584**	.435**	.295*	1	.248
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.037		.082
	N	50	50	50	50	50
X10	Pearson Correlation	.215	.625**	.656**	.248	1
	Sig. (2-tailed)	.134	.000	.000	.082	
	N	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Validitas Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

		Correlations				
		X11	X12	X13	X14	X15
X11	Pearson Correlation	1	.685**	.483**	.590**	.221
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.122
	N	50	50	50	50	50
X12	Pearson Correlation	.685**	1	.709**	.730**	.413**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.003
	N	50	50	50	50	50
X13	Pearson Correlation	.483**	.709**	1	.686**	.317*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.025
	N	50	50	50	50	50
X14	Pearson Correlation	.590**	.730**	.686**	1	.377**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.007
	N	50	50	50	50	50
X15	Pearson Correlation	.221	.413**	.317*	.377**	1
	Sig. (2-tailed)	.122	.003	.025	.007	
	N	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).