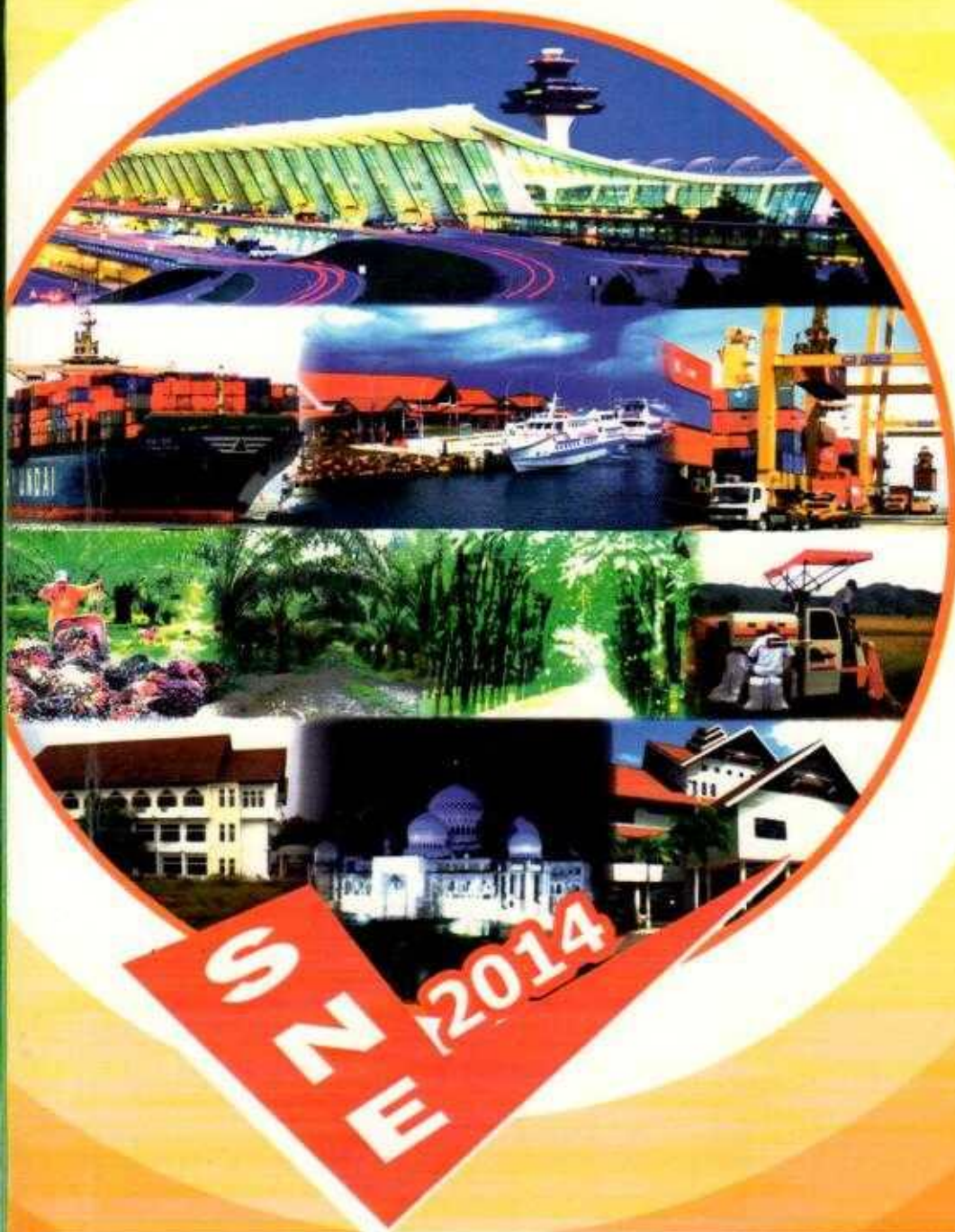


PROSIDING SEMINAR NASIONAL EKONOMI 2014

"Kesiapan Daerah Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015"

Lhokseumawe, 18 - 20 November 2014



ISBN: 978-602-14708-1-7



FAKULTAS

Ekonomi

UNIVERSITAS MALIKUSSALEH



ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH PADA PT. ASURANSI JIWA MANULIFE INDONESIA CABANG LHOKSEUMAWE

Rusydi

Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh,

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Analisis faktor yang mempengaruhi loyalitas Nasabah pada PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Lhokseumawe. Model yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS . Hasil pengujian secara bersamaan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 54,384 sedangkan F_{tabel} pada tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ adalah sebesar 2,466. Hal ini memperlihatkan bahwa berdasarkan perhitungan uji statistik $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, dengan tingkat probabilitas 0,005. Dengan demikian hasil perhitungan ini dapat diambil suatu keputusan bahwa hipotesis yang diajukan dapat diterima dan hipotesis nol ditolak, artinya bahwa faktor Nilai Pelanggan, Daya tarik iklan, Kompetensi tenaga penjual berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Asuransi jiwa Manulife Indonesia cabang Lhokseumawe. Hasil penelitian secara parsial, nilai t_{hitung} untuk variabel digunakan uji t (uji student) atau uji parsial digunakan untuk menguji tingkat signifikansi variabel X terhadap Y. Hasil perhitungan untuk variabel X_1 yang menghasilkan t hitung sebesar 2.522 lebih besar dari t tabel 1.984. Dan untuk variabel X_2 menghasilkan t hitung sebesar 5.479 lebih besar dari tabel 1.984. dan untuk variabel X_3 menghasilkan t hitung sebesar 2.064 lebih besar dari tabel 1.984, yaitu menerima H_1 dan menolak H_0 artinya variabel independen yaitu faktor Nilai pelanggan, Daya tarik iklan, dan Kompetensi tenaga penjual secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Asuransi jiwa Manulife Indonesia cabang Lhokseumawe

Kata kunci: Loyalitas nasabah, Nilai Pelanggan, Daya tarik iklan, Kompetensi tenaga penjual