

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS  
PELAYANAN ASURANSI RUMAH MENGGUNAKAN METODE  
POTENTIAL GAIN CUSTOMER VALUE (PGCV)  
(Studi Kasus PT ASURANSI ALLIANZ UTAMA INDONESIA)**

**Nama : Christine Evelina Silalahi  
NIM : L2H 005 665**

**Abstraksi**

*Kejadian-kejadian alam yang terjadi beberapa tahun belakangan ini memakan banyak korban, baik korban jiwa maupun harta. Oleh karena itu sangatlah diperlukan asuransi rumah untuk menjamin kehidupan di saat-saat yang tidak terduga. Namun, kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya asuransi rumah juga menjadi salah satu permasalahan yang terjadi selama ini. Selain itu juga, terjadi penurunan jumlah pelanggan pada asuransi rumah di tahun 2008. Hal ini disebabkan karena masih terlihatnya kesenjangan antara harapan pelanggan dengan kualitas pelayanan yang dirasakan. Kesenjangan ini dapat terjadi karena pelayanan yang diberikan tidak memenuhi harapan pelanggan atau pesaing yang dapat memberikan kepuasan yang lebih tinggi. Selain itu, persaingan yang ketat antara tiap asuransi menyebabkan banyak pelanggan yang berpindah atau tertarik pada perusahaan asuransi lain.*

*Berdasarkan pada kenyataan yang ada, sebagai akibat dari tuntutan pelanggan yang semakin besar sehingga diperlukan suatu penelitian kepuasan pelanggannya secara berkala. Metode umum yang biasanya digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah Servqual. Keterbatasan dari Servqual memungkinkan adanya langkah integrasi dan langkah lanjutan dengan metode lain agar hasil yang diperoleh objektif dan realistik untuk diterapkan. Penelitian ini dilanjutkan dengan penggunaan metode Potential Gain Customer Value (PGCV). Kelebihan dari penggunaan metode ini adalah kemampuannya untuk dapat mengetahui atribut yang harus diperhatikan untuk ditingkatkan berdasarkan nilai potensial kepuasan pelanggan sekaligus mengetahui pelayanan yang tidak terlalu dipentingkan kualitasnya oleh pelanggan sehingga bagi perusahaan dapat melakukan efisiensi biaya untuk pelayanan tersebut*

*Dari hasil penelitian yang dilakukan pada PT. Allianz khususnya pada pelanggan rumah, dapat diperoleh bahwa atribut yang merupakan prioritas untuk ditingkatkan kualitas layanannya yaitu terdapat pada pemberian pelayanan kepada setiap orang tanpa memandang status sosial dari pelanggan. Hal ini disebabkan karena masih tingginya harapan dari pelanggan bila dibandingkan dengan kenyataan yang diberikan oleh perusahaan. Berdasarkan permasalahan yang terjadi, maka rekomendasi perbaikan yang diberikan kepada perusahaan yaitu: menerapkan mekanisme pengawasan internal terhadap setiap karyawan, melakukan training ataupun seminar yang telah dilakukan oleh perusahaan sebaiknya dilakukan dengan lebih optimal, melakukan briefing secara rutin sebelum melakukan proses pemasaran dan memberikan pengertian yang mendalam terhadap setiap karyawan, memberikan penghargaan secara berkala kepada karyawan yang berprestasi ataupun yang dapat melayani konsumen dengan baik, serta memberikan sanksi atau teguran kepada karyawan apabila karyawan tidak melaksanakan pekerjaannya dengan baik*

**Kata Kunci:** Asuransi Rumah PT. Allianz Utama, Service Quality (Servqual), Potential Gain Customer Value (PGCV).