

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Kesehatan Melalui Mediasi Kepuasan Nasabah Pada PT Prudential Life Assurance Medan

Marlina Hasugian¹, Raja Perkasa A²., Ahmad Karim³

¹²³ Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk mengetahui dan menguji bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli produk asuransi kesehatan melalui kepuasan nasabah secara parsial pada PT Prudential Life Assurance Medan. Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dengan 67 responden menggunakan kuesioner skala likert dan diukur dengan IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang signifikan, hal ini berarti tingginya tingkat kualitas pelayanan yang dimiliki maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli produk asuransi kesehatan memiliki pengaruh namun tidak signifikan, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang membuktikan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk asuransi kesehatan. Ini berarti jika tingkat kualitas pelayanan dikelola dengan baik atau lebih ditingkatkan maka minat beli produk asuransi kesehatan akan meningkat. Pengaruh kepuasan nasabah terhadap minat beli memiliki pengaruh yang signifikan yang berarti tingginya tingkat kepuasan nasabah yang dimiliki meningkatkan minat beli asuransi kesehatan. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa secara tidak langsung pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli melalui kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan. Dalam hal ini terlihat bahwa untuk meningkatkan minat beli asuransi kesehatan diperlukan peningkatan kepuasan nasabah ketika membeli produk asuransi kesehatan pada PT Prudential Life Assurance Medan.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Minat Beli Produk, Keputusan Pembelian Dan Mediasi Kepuasan Nasabah.

Copyright (c) 2025 **Tober Hidayanti Padang**

✉ Corresponding author :

Email Address : 1marlinahasugian1317@gmail.com, 2pirangmessi@gmail.com,
3ahmadkarimk1973ok@gmail.com

PENDAHULUAN

Pertumbuhan jumlah penduduk dunia menjadi tantangan dalam pemenuhan kebutuhan kesehatan secara global, baik bagi individu, organisasi, maupun badan usaha. Menurut (Susi Setiawati, 2023) peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya perlindungan kesehatan, terutama pasca Pandemi Covid-19, mendorong pertumbuhan industri asuransi. Meningkatnya biaya perawatan kesehatan, yang menurut Global Medical Trends Survey Report (2020) mengalami inflasi hampir 11% pada tahun 2020, serta kemajuan teknologi medis turut memengaruhi minat beli asuransi (manulife, 2022). Minat beli merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu dengan kata lain minat beli merupakan perilaku konsumen yang menunjukkan bahwa mereka memiliki keinginan atau kecenderungan untuk membeli suatu produk atau layanan jasa dan juga minat beli dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti mutu dan kualitas, informasi mengenai produk, dan kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan (Sarayar et al., 2021)

Menurut (Putri & Fitri, 2022) Kualitas pelayanan dapat diukur melalui beberapa aspek, seperti keandalan, koresponsifan, jaminan, empati, dan bukti langsung yang diberikan oleh perusahaan asuransi ini dapat dikatakan berfikir kritis. Masyarakat yang semakin terhubung dengan teknologi cenderung lebih kritis dalam memilih produk jasa, termasuk asuransi kesehatan. Mereka menginginkan produk yang berkualitas, sesuai dengan ekspektasi, dan transparan dalam memberikan perlindungan finansial dari risiko kesehatan yang tidak terduga. Asuransi kesehatan yang mencakup berbagai layanan kesehatan, seperti perawatan medis hingga rawat inap, menjadi salah satu produk asuransi paling diminati, dengan 71% penduduk Indonesia telah memiliki asuransi kesehatan menurut data Indonesia Financial Group (IGF) 2021 (Siregar et al., 2023).

PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) merupakan salah satu perusahaan asuransi terkemuka di Indonesia, terdapat sejumlah tantangan yang memengaruhi jumlah nasabahnya (Pratama, 2013). Perubahan fluktuasi yang signifikan yang dialami oleh PT Prudential Life Assurance dapat kita lihat dari perubahan jumlah nasabah asuransi pada tabel berikut :

Tabel 1.
Data Triwulan Nasabah PT Prudential Life Assurance Tahun 2020-2022

No.	Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Perubahan	Perentase perubahan
1.	2020	>1.700.000		
2.	2021	>1.500.000	>200.000	11.76%
3.	2022	>1.000.000	>500.000	33.33%

Sumber: PT Prudential Life Assurance Medan (2023)

Berdasarkan data pada tabel dari Prudential Indonesia diatas, dapat dilihat bahwa perubahan jumlah nasabah Prudential mengalami penurunan pada tahun 2020 jumlah

nasabah ada lebih besar dari 1.700.000 nasabah, kemudian pada tahun 2021 mengalami perubahan penurunan jumlah nasabah sekitar lebih besar dari 200.000 orang dengan resentase 11,76% sehingga jumlah nasabah menjadi lebih besar dari 1.500.000 nasabah dan pada tahun 2022 juga mengalami perubahan fluktuasi sekitar lebih besar 500.000 orang dengan persentase perubahan 33,33% sehingga jumlah nasabah prudential menjadi lebih besar dari 1.000.000 nasabah asuransi dari prudential indonesia. Faktor utama yang menyebabkan penurunan ini adalah kualitas pelayanan yang kurang dimana adanya kasus gagal bayar yang viral mengakibatkan hilangnya kepercayaan masyarakat, serta kesulitan dalam proses klaim dan kurangnya tanggung jawab dari perusahaan (Susi Setiawati, 2023).

Faktor yang memengaruhi minat beli produk asuransi kesehatan di Prudential ialah kualitas pelayanan yang dianggap kurang memuaskan (Dewi, 2023). Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesannya dengan harapan yang diharapkan (Wahyuningsih & Janah, 2018). Secara keseluruhan, kualitas pelayanan asuransi merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan nasabah dan minat beli produk asuransi kesehatan Prudential. Tantangan ini harus diatasi untuk memulihkan kepercayaan dan meningkatkan penetrasi asuransi kesehatan di Indonesia (Ginintu et al., 2023).

Penurunan minat beli asuransi kesehatan dari PT Prudential Life Assurance pada nasabah kantor pemasaran di Sumatera utara juga terdampak pada penurunan minat beli asuransi kesehatan, meskipun tetap menjadi salah satu kantor pemasaran terbesar di Sumatera Utara (Arifa Pratami, 2021). Penurunan ini disebabkan oleh ketidakpahaman masyarakat terkait polis dan proses klaim asuransi, serta kebingungan yang ditimbulkan oleh banyaknya produk asuransi yang ditawarkan (manulife, 2022). Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli produk asuransi kesehatan melalui kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi. Pemahaman mendalam tentang faktor-faktor ini akan membantu perusahaan asuransi dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan perlindungan kesehatan masyarakat secara keseluruhan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana metode penelitian ini diartikan sebagai penelitian yang berlandaskan *Filsafat positivisme* yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, (Sugiyono, 2017:7). teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder yang dilakukan dengan survei langsung membagikan angket atau kusioner kepada responden. Penelitian ini di lakukan di Kota Medan selama Enam bulan (April 2024 sampai dengan September 2024). SDalam penelitian ini peneliti menggunakan 67 orang sebagai sampel dengan teknik pengambilan probability sampling. Intrument pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner atau angket dengan menggunakan skala likert. Data yang telah dikumpulkan diukur dan dianalisis menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 25.

Menurut Sugiyono (2019:206) mengemukakan bahwa analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk mengumpulkan dan mengelompokkan data yang diperlukan, maka penulis menggunakan teknik analisis yaitu, uji asumsi kalsik yang meliputi, uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas serta uji hipotesis dan analisis jalur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Normalitas bertujuan untuk mengkaji kenormalan variabel yang diteliti apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Apabila nilai Asimp. signifikan lebih besar dari 0,05 atau $> 0,05$ maka data dianggap berdistribusi normal.

Tabel 2. Uji Normalitas I

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			67
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		4,32092761
Most Extreme Differences	Absolute		,060
	Positive		,060
	Negative		-,049
Test Statistic			,060
Asymp. Sig. (2-tailed)			,200 ^{c,d}
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,954 ^e
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,948
		Upper Bound	,959
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			

Sumber : Hasil olah data SPSS versi 25

Berdasarkan tabel Uji Normalitas I, Kolmogorove Smirnov diketahui nilai Asimp.Sig (2-Tailed) sebesar $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 3. Uji Normalitas II

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			67
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		3,21051299
Most Extreme Differences	Absolute		,108

		Positive	,077
		Negative	-,108
Test Statistic			,108
Asymp. Sig. (2-tailed)			,050 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,391 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,378
		Upper Bound	,403
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			

Sumber : Hasil olah data SPSS versi 25

Berdasarkan tabel uji normalitas II, Kolmogorove- Smirnov diketahui nilai asimp.sig (2-tailed) sebesar $0,050 > 0,05$, maka disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi.

Tabel 4.
Uji Multikolinearitas Persamaan I
Dependent Variabel : Kepuasan Nasabah

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta			Tolerance VIF
1	(Constant)	1,215	2,155		,564	,575	
	X1_Kualitas Pelayanan	,436	,090	,455	4,859	,000	,592 1,689

a. Dependent Variable: Z_Kepuasan nasabah

Sumber : Hasil olah data SPSS versi 25

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas persamaan I pada tabel diatas dependen variabel Kepuasan Nasabah (Z) dengan variabel Kualitas Pelayanan (X) dengan nilai tolerance $0,592 > 0,10$ dan nilai VIF $1,689 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 6.
Uji Multikolinearitas Persamaan I Dependent Variabel : Minat Beli

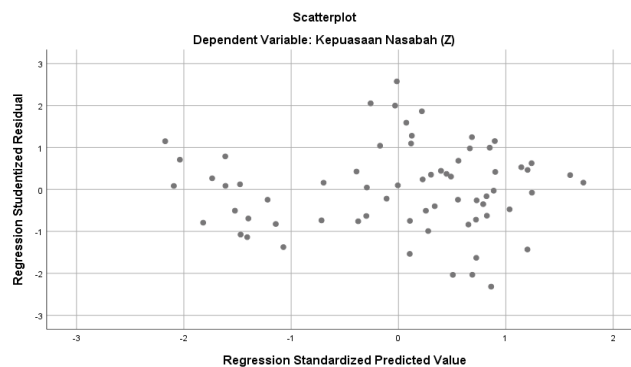
Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta			Tolerance VIF
1	(Constant)	4,940	1,618		3,053	,003	
	X1_Kualitas Pelayanan	,026	,079	,024	,331	,741	,431 2,322
	Z_Kepuasan nasabah	,563	,094	,503	5,965	,000	,327 3,059

a. Dependent Variable: Y_Minat beli

Sumber : Hasil olah data SPSS versi 25

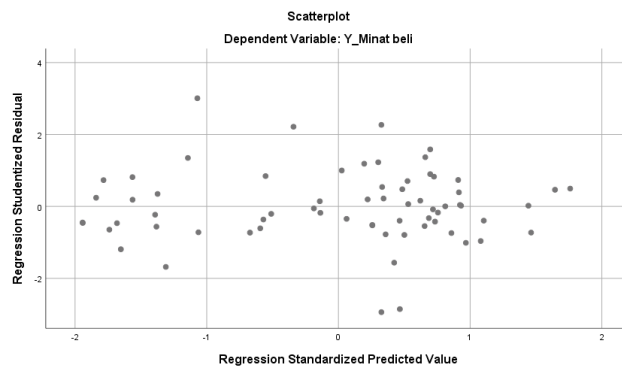
Berdasarkan hasil uji multikolinearitas persamaan II pada tabel diatas dependen variabel Minat Beli (Y) dengan variabel Kualitas Pelayanan (X) dengan nilai tolerance $0,431 > 0,10$ nilai VIF $2,322 < 10$ dan Kepuasan Nasabah (Z) dengan nilai tolerance $0,327 > 0,10$ dan nilai VIF $3,059 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya yaitu dengan melihat scatterplot. Jika dot menebar tidak teratur maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 1. Scatterplot Model I

Berdasarkan gambar model I scatterplot, dapat dilihat bahwa dot menebar tidak teratur atau tidak beraturan maka dikatakan hasil uji heteroskedastisitas tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada diagram pencar sehingga disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.



Gambar 1. Scatterplot Model II

Berdasarkan gambar model II scatterplot, dapat bahwa dot menebar tidak teratur atau tidak beraturan maka dikatakan hasil uji heteroskedastisitas tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada diagram pencar sehingga disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

Uji T digunakan untuk menguji dan mengetahui seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial.

Tabel 7. Coefficientsa Model I

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,215	2,155		,564	,575
	X1_Kualitas Pelayanan	,436	,090	,455	4,859	,000

a. Dependent Variable: Z_Kepuasan nasabah

Sumber : Hasil olah data SPSS versi 25

Berdasarkan tabel coefficientsa model I, Nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan (X) adalah 0,000 dimana nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Z).

Tabel 8. Coefficientsa Model II

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,940	1,618		3,053	,003
	X1_Kualitas Pelayanan	,026	,079	,024	,331	,741
	Z_Kepuasan nasabah	,563	,094	,503	5,965	,000

a. Dependent Variable: Y_Minat beli

Sumber : Hasil Olah data SPSS versi 25

Pada tabel coefficientsa II, Nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan (X) adalah 0,741 dimana nilai sig. $0,741 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen minat beli (Y) dan Nilai signifikansi dari variabel Kepuasan nasabah (Z) adalah 0,000 dimana nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan nasabah (Z) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen minat beli (Y).

Analisis jalur digunakan untuk mengetahui besar pengaruh langsung dan besar pengaruh tidak langsung variabel kualitas pelayanan (X) terhadap minat beli (Y) melalui variabel mediasi Kepuasan nasabah (Z). Proses ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

a. Persamaan Jalur Model I

Tabel 9. Summary^b

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	,820 ^a	,673	,658	4,423
a. Predictors: (Constant), X3_Promosi, X2_Premi asuransi, X1_Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Z_Kepuasan nasabah				

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25

Dari tabel model summary I dapat diketahui nilai R sebesar 0,820 dan nilai (R^2) adalah sebesar 0,673. Cara untuk menghitung R Square menggunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 KD &= (r)^2 \times 100\% \\
 &= (0,820)^2 \times 100\% \\
 &= 67,3\%
 \end{aligned}$$

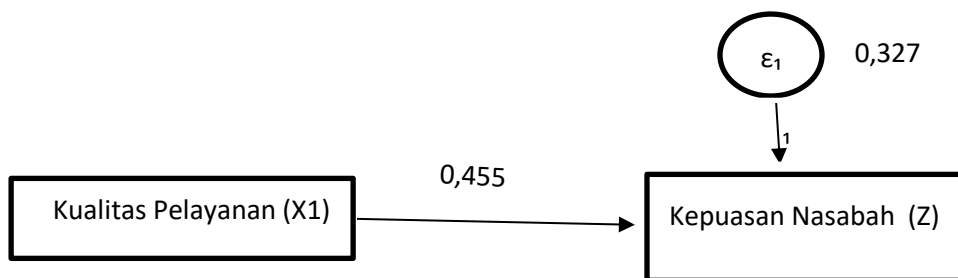
Angka tersebut menunjukkan koefisien determinasi (KD) atau R square sebesar 67,3%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen Kualitas Pelayanan terhadap variabel mediasi yaitu kepuasan nasabah adalah sebesar 0,673 atau 67,3% sedangkan sisanya adalah 32,7% atau dapat dihitung dengan mengurangkan 1 dengan nilai R Square maka $1 - 0,673$ atau dapat dibaca dengan 32,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Sementara untuk nilai $e1$ dapat dicari dengan rumus $e1 = \sqrt{(1 - R \text{ Square})} = \sqrt{(1 - 0,673)} = 0,327$ jadi besarnya varian kepuasan nasabah (Z) yang tidak dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,327. Nilai persamaan diketahui dari nilai standardized coefficients beta pada coefficients persamaan 1 sehingga persamaan nya ialah sebagai berikut :

$$Y_1 = pY_1X_1 + pY_1X_2 + \varepsilon_1 \dots \dots \dots (1)$$

$$Y_1 = 0,455.X_1 + pY_1X_2 + \sqrt{0,327} \dots \dots \dots (1)$$

Dengan demikian diperoleh gambar diagram jalur untuk struktur I sebagai berikut :



Sumber : dioalah oleh peneliti,2024

Gambar III. Model Analisis Jalur Struktural 1

b. Persamaan Jalur Model II

Tabel 10. Model Summary^b

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,925 ^a	,856	,847	3,312
a. Predictors: (Constant), Z_Kepuasan nasabah, X2_Premi asuransi, X3_Promosi, X1_Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Y_Minat beli				

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25

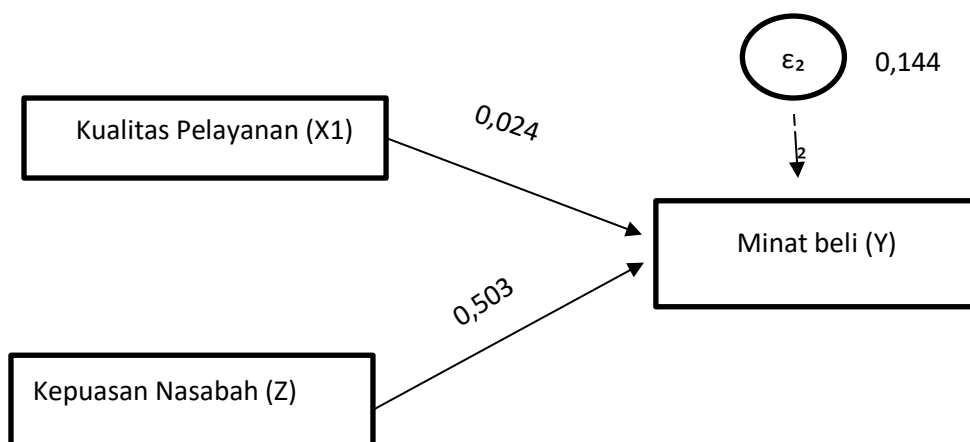
Dari tabel model summary II menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,925 dan nilai (R^2) adalah sebesar 0,856. Cara untuk menghitung *R Square* menggunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 KD &= (r)^2 \times 100\% \\
 &= (0,925)^2 \times 100\% \\
 &= 85,6\%
 \end{aligned}$$

Angka tersebut menunjukkan koefisien determinasi (KD) sebesar 85,6%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (Kualitas Pelayanan dan kepuasan nasabah) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat beli adalah sebesar 85,6% sedangkan sisanya adalah 14,4% atau dapat dihitung dengan mengurangkan angka 1 dengan nilai *R square* maka $1 - 0,856 = 0,144$ atau 14,4% dipengaruhi oleh faktor lain atau dapat dibaca sebagai nilai kontributor dari variabel- variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sementara untuk nilai e^2 dapat dicari dengan rumus $e^2 = \sqrt{(1 - R Square)} = \sqrt{(1 - 0,856)} = 0,144$ jadi besarnya varian Minat beli (Y) yang tidak dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X1) dan Kepuasan Nasabah adalah sebesar 0,144.

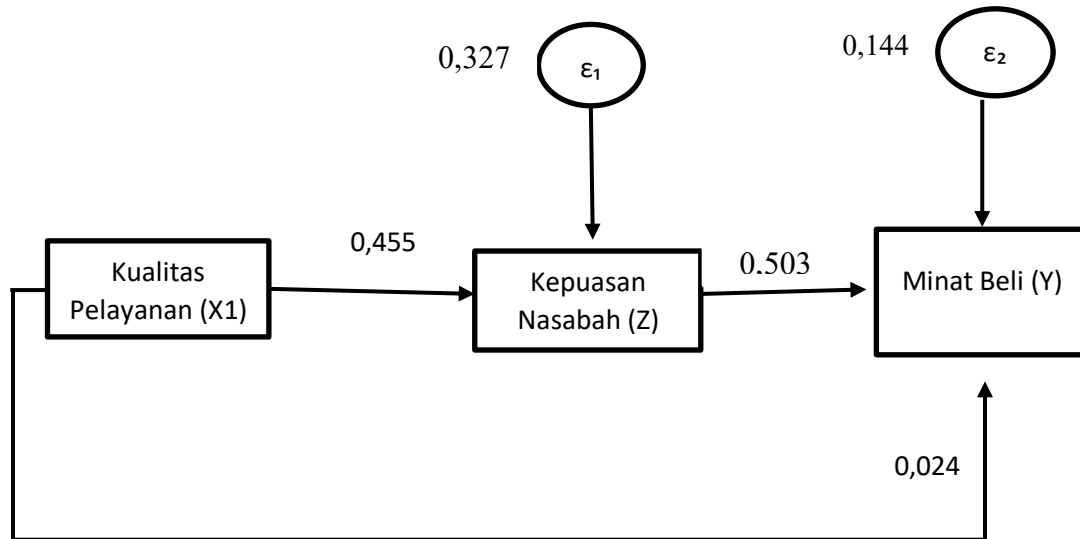
Jadi persamaan struktural II Uji Analisis ialah sebagai berikut :

$$Y_2 = 0,024.X1 + 0,503.Z + 0,144..... (2)$$



Sumber : data diolah oleh peneliti,2024

Gambar IV. Model Analisis Jalur Sub Struktural 2



Sumber :

Data diolah Oleh Peneliti,2024

Gambar V. Full Model Analisis Jalur (Path Analys)

Analisis jalur pengaruh tidak langsung Kualitas pelayanan (X) terhadap Minat beli (Y) melalui kepuasan nasabah (Z)

- Besarnya pengaruh langsung kualitas pelayanan (X) terhadap minat beli sebesar 0,024
- Besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap minat beli secara tidak langsung melalui kepuasan nasabah (Z) = $0,455 \times 0,503 = 0,228$
- Besarnya pengaruh total yang diberikan variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap variabel minat beli (Y), merupakan hasil penjumlahan pengaruh langsung dengan pengaruh tidak langsung yaitu $0,024 + 0,228 = 0,252$ Dapat disimpulkan dari hasil perhitungan ini bahwa nilai pengaruh tidak langsung yaitu 0,228 lebih besar dari pengaruh langsung yaitu 0,024, maka hasil ini disimpulkan bahwa secara tidak langsung variabel kepuasan nasabah (Z) sukses memediasi variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Minat Beli (Y) yang artinya variabel kualitas pelayanan dapat meningkatkan minat beli produk asuransi kesehatan dengan adanya variabel perantara yaitu kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi.

PEMBAHASAN

- Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Z) diketahui nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Z) pada PT Prudential Life Assurance. Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari (Lesmana, 2019) dengan hasil penelitian menyatakan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel

kepuasan pelanggan sebesar 11,6% sedangkan sisanya 88,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

2. Analisis pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap Minat Beli (Y) diketahui nilai signifikan variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 0,741 dimana nilai sig. $0,741 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen minat beli (Y) pada PT Prudential Life Assurance. Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari (Rizky & Zulkifli, 2021) dengan hasil kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah memilih asuransi syariah PT. Takaul Keluarga Bandar Lampung. Hal ini dapat di buktikan dengan thitung $>$ ttabel atau $-0,542 < 1,6715$ dan sig $0,59 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga dapat di simpulkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.
3. Analisis pengaruh kepuasan nasabah (Z) terhadap minat beli (Y) diketahui Nilai signifikansi dari variabel Kepuasan nasabah (Z) adalah 0,000 dimana nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan nasabah (Z) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen minat beli (Y) pada PT Prudential Life Assurance. Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari (Muiz et al., 2019) dengan hasil dari pengujian analisis path bahwa pengaruh secara langsung terdapat pada Kepuasan Konsumen terhadap Minat Pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sebesar 0,368 dan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$. Membuktikan bahwa Konsumen merasa puas akan melakukan pembelian ulang.
4. Analisis pengaruh kualitas pelayanan (X) melalui varibel mediasi (Z) kepuasan nasabah terhadap minat beli produk asuransi kesehatan (Y) diketahui pengaruh langsung yang diberikan kualitas pelayanan (X) terhadap minat beli (Y) sebesar 0,024 sedangkan pengaruh tidak langsung berdasarkan hasil perhitungan sebesar 0,228 lebih besar dari pengaruh langsung 0,024 atau $0,228 > 0,024$ sehingga disimpulkan bahwa secara tidak langsung variabel kepuasan nasabah (Z) sukses memediasi variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Minat Beli (Y) yang artinya variabel kualitas pelayanan dapat meningkatkan minat beli produk asuransi kesehatan PT Prudential Life Assurance dengan adanya variabel perantara yaitu kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi.

SIMPULAN

Dalam penelitian ini peneliti menguji bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli produk asuransi kesehatan melalui kepuasan nasabah pada PT Prudential Life Assurnce Medan. Peneliiti mengambil 67 responden nasabah di Prudential Life Assurance Medan. dari pembahasan yang telah di uraikan, maka ditarik kesimpulan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang signifikan, hal ini berarti tingginya tingkat kualitas pelayanan yang dimiliki maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli produk asuransi kesehatan memiliki pengaruh namun tidak signifikan, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang membuktikan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk asuransi kesehatan. Ini berarti jika tingkat kualitas pelayanan dikelola dengan baik atau lebih ditingkatkan

maka minat beli produk asuransi kesehatan akan meningkat. Pengaruh kepuasan nasabah terhadap minat beli memiliki pengaruh yang signifikan yang berarti tingginya tingkat kepuasan nasabah yang dimiliki meningkatkan minat beli asuransi kesehatan. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa secara tidak langsung pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli melalui kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan. Dalam hal ini terlihat bahwa untuk meningkatkan minat beli asuransi kesehatan diperlukan peningkatan kepuasan nasabah ketika membeli produk asuransi kesehatan pada PT Prudential Life Assurance Medan.

Referensi :

- Arifa Pratami, I. I. W. (2021). Asuransi Umum Syariah: Proteksi Kekayaan. MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah, 1(2), 36–44. <https://doi.org/10.30743/Mutlaqah.V1i2.3576>
- Dewi, A. (2023). Prospek Insurtech Di Indonesia. Ojk.Go.Id. <https://www.ojk.go.id/Id/Capacitybuilding/Upcoming/1381/Prospek-Insurtech-Di-Indonesia#:~:Text=Kurang Pesatnya Pertumbuhan Sektor Asuransi,Kepercayaan Masyarakat Terhadap Produk Asuransi>
- Gintu, M. I. F., Kasim, N. M., & Mandjo, J. T. (2023). Efektivitas Penerapan UU No. 4 Tahun 2023 Tentang Pengembangan Dan Penguatan Sektor Keuangan Pada Kasus Gagal Bayar Asuransi Usaha Bersama. Jurnal Ilmu Sosial ..., 1(2), 281–287. <http://jurnal.minartis.com/index.php/jishs/article/view/755%0Ahttps://jurnal.minartis.com/index.php/jishs/article/download/755/696>
- Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 2(2), 115. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.V2i2.2464>
- Manulife. (2022). Kenali Jenis-Jenis Asuransi Untuk Kebutuhanmu. Manulife.Co.Id. <https://www.manulife.co.id/Id/Artikel/Kenali-Jenis-Jenis-Asuransi-Untuk-Kebutuhanmu.Html>
- Muiz, M., Rachma, N., & Slamet, A. R. “Pengaruh Sales Promotion Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Dimediasi Variabel Kepuasan Konsumen.” (2019). Pengaruh Sales Promotion Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Di Mediasi Variabel Kepuasan Konsumen. E-Jurnal Riset Manajemen, 50–62.
- Pratama, R. E. (2013). Analisis Kepuasan Pemegang Polis Atas Pelayanan Pt . Prudential Life Assurance Sm1 Semarang Latar Belakang Masalah Seiring Dengan Perkembangan Kemajuan Pembangunan Dan Dinamisnya Kehidupan ,. Jurnal Ilmu Administrasi ..., 1–10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/861>
- Putri, D. M., & Fitri, R. (2022). Pengaruh Model Pembelajaran Problem Based Learning (

- Pbl) Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis Siswa Pada Pembelajaran Biologi Merdeka Juga Mengharuskan Peserta Didik Untuk Memiliki Keterampilan Berpikir Tingkat Tinggi. Alveoli, 3(1), 41-52. File:///C:/Users/User/Downloads/130-Article Text-511-1-10-20221228.Pdf
- Rizky, & Zulkifli. (2021). Pengaruh Premi Asuransi, Citra, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Dan Layanan Promosi Terhadap Minat Nasabah Memilih Asuransi Syariah (Study Pada PT. Takaful Keluarga Bandar Lampung).
- Sarayar, M. C. L., Soepeno, D., & Raintung, M. C. (2021). Pengaruh E-WOM, Harga Dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli "Folcis Pudding" Manado. Jurnal EMBA, 9(4), 294-303.
- Siregar, R. Y., Rohman, I. K., Prabowosunu, M. A., Ronaldo, R. R., Peksyadi, & Hadrian, D. (2023). Profil Sosio-Ekonomi Pemegang Polis Asuransi Kesehatan - Studi Data Tingkat Mikro SUSENAS. Indonesia Financial Group, 36, 1-18.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R Dan D (Cet. 20). CV.Afabeta.
- Susi Setiawati. (2023). Pandemi Hampir Usai, Bisnis Asuransi Bakal Moncer Pada 2023! Cnbcindonesia.Com.
<https://www.cnbcindonesia.com/research/20230201093821-128-409959/pandemi-hampir-usai-bisnis-asuransi-bakal-moncer-pada-2023>
- Wahyuningsih, N., & Janah, N. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat. Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah, 10(2), 295.
<https://doi.org/10.24235/Amwal.V10i2.3596>