

**SKRIPSI**  
**PENGARUH *ENCOUNTER QUALITY*, *RELATIONSHIP QUALITY*,  
*CUSTOMER SATISFACTION* DAN *SWITCHING BARRIER*  
TERHADAP *LOYALTY* DI AIG LIFE SURABAYA**



**OLEH:**  
**ANDHY KURNIAWAN**  
**3103005248**

**JURUSAN MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**  
**SURABAYA**  
**2010**

**PENGARUH *ENCOUNTER QUALITY*, *RELATIONSHIP QUALITY*,  
*CUSTOMER SATISFACTION* DAN *SWITCHING BARRIER*  
TERHADAP *LOYALTY* DI AIG LIFE SURABAYA**

SKRIPSI

Ini diajukan kepada

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk memenuhi sebagian persyaratan

memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

**OLEH:**

**ANDHY KURNIAWAN**

**3103005248**

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2010

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Skripsi**

**PENGARUH *ENCOUNTER QUALITY*, *RELATIONSHIP QUALITY*,  
*CUSTOMER SATISFACTION* DAN *SWITCHING BARRIER*  
TERHADAP *LOYALTY* DI AIG LIFE SURABAYA**

**OLEH:**

**ANDHY KURNIAWAN**

**3103005248**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA UNTUK DIAJUKAN KE TIM  
PENGUJI**



**Dosen Pembimbing I, Y.B. Budi Iswanto, Ph.D.**



**Dosen Pembimbing II, Maria Mia K., SE., MM.**

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Andhy Kurniawan NRP: 3103005248

Telah diuji pada tanggal 29 Januari 2010 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji

Ketua Tim Penguji:

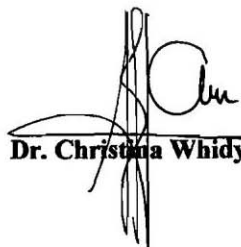


**Dr. Chr. Esti Susanti, MM., CPM (AP).**

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



**Dr. Christina Whidya Utami, MM.**



**Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM.**

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andhy Kurniawan

NRP : 3103005248

Judul tugas akhir : Pengaruh Encounter Quality, Relationship Quality, Customer Satisfaction dan Switching Barrier terhadap Loyalty di AIG Life Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah asli karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini di publikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (digital library) perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan hak cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 4 februari 2010

  
(Andhy Kurniawan)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Maksud dan tujuan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan terbatasnya waktu, kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang sangat bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi ini.

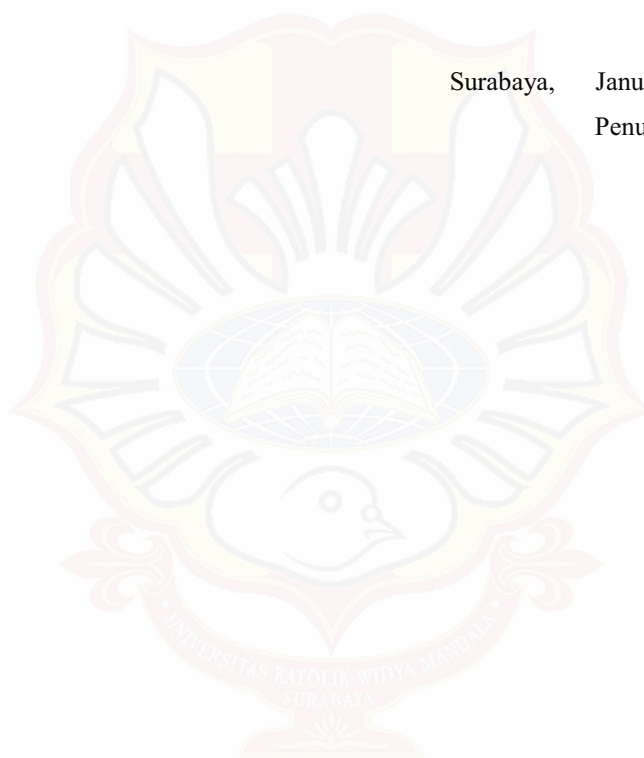
Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Christina Whidya Utami, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Budi Iswanto, selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing penulisan skripsi ini.
4. Maria Mia K., SE., MM., selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing penulisan skripsi ini.
5. Para dosen pendidik semua mata kuliah serta teman-teman yang secara langsung maupun tidak langsung turut memberikan saran dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Orang tua dan saudaraku yang senantiasa memberikan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan maka kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Januari 2010  
Penulis



## DAFTAR ISI

|                                                   |             |
|---------------------------------------------------|-------------|
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                       | <b>i</b>    |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                           | <b>iii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                         | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                        | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                      | <b>viii</b> |
| <b>ABSTRAKSI .....</b>                            | <b>ix</b>   |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>                    | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Permasalahan .....             | 1           |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                       | 4           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                       | 5           |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                      | 6           |
| 1.5 Sistematika Skripsi.....                      | 6           |
| <b>BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN .....</b>           | <b>8</b>    |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                    | 8           |
| 2.2 Landasan Teori.....                           | 10          |
| 2.2.1 <i>Encounter Quality</i> .....              | 10          |
| 2.2.2 Indikator <i>Encounter Quality</i> .....    | 12          |
| 2.2.3 <i>Relationship Quality</i> .....           | 12          |
| 2.2.4 Indikator <i>Relationship Quality</i> ..... | 15          |
| 2.2.5 Kepuasan .....                              | 15          |
| 2.2.6 Indikator Kepuasan Pelanggan.....           | 19          |
| 2.2.7 <i>Switching Barriers</i> .....             | 20          |
| 2.2.8 Indikator <i>Switching Barriers</i> .....   | 22          |
| 2.2.9 Loyalitas.....                              | 22          |
| 2.2.10 Indikator Loyalitas .....                  | 26          |



|                           |                                        |           |
|---------------------------|----------------------------------------|-----------|
| 2.3                       | Model Analisis .....                   | 27        |
| 2.4                       | Hipotesis .....                        | 27        |
| <b>BAB 3</b>              | <b>METODE PENELITIAN .....</b>         | <b>29</b> |
| 3.1                       | Desain Penelitian.....                 | 29        |
| 3.2                       | Identifikasi Variabel.....             | 29        |
| 3.3                       | Definisi Operasional Variabel.....     | 29        |
| 3.4                       | Jenis dan Sumber Data .....            | 31        |
| 3.5                       | Pengukuran Variabel.....               | 31        |
| 3.6                       | Alat Dan Metode Pengumpulan Data ..... | 32        |
| 3.7                       | Populasi, Sampel Penelitian .....      | 32        |
| 3.8                       | Uji Validitas dan Reliabilitas .....   | 33        |
| 3.9                       | Teknik Analisis Data.....              | 33        |
| <b>BAB 4</b>              | <b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>    | <b>37</b> |
| 4.1                       | Deskripsi Hasil Penelitian .....       | 37        |
| 4.1.1                     | Karakteristik Responden .....          | 37        |
| 4.2                       | Analisis Data .....                    | 38        |
| 4.3                       | Pembahasan.....                        | 58        |
| <b>BAB 5</b>              | <b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>         | <b>62</b> |
| 5.1                       | Simpulan.....                          | 62        |
| 5.2                       | Saran .....                            | 63        |
| <b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b> |                                        |           |
| <b>LAMPIRAN</b>           |                                        |           |

## DAFTAR TABEL

| Nomor:                                                                            | Halaman |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1.1. Premi Bruto Perusahaan Asuransi.....                                         | 3       |
| 2.1. Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian<br>Saat Ini ..... | 9       |
| 4.1. Karakteristik Responden (n=100) .....                                        | 37      |
| 4.2. Uji Validitas .....                                                          | 39      |
| 4.3. Uji <i>Variance Extracted</i> .....                                          | 41      |
| 4.4. Hasil uji <i>Normality</i> .....                                             | 44      |
| 4.5. <i>Z Score</i> Untuk Evaluasi <i>Univariate Outliers</i> .....               | 45      |
| 4.6. Evaluasi <i>Multivariate Outliers</i> .....                                  | 47      |
| 4.7. Estimasi Parameter .....                                                     | 50      |
| 4.8. <i>Loading Factor</i> Hubungan <i>Direct Effect</i> .....                    | 55      |
| 4.9. <i>Loading Factor</i> Hubungan <i>Indirect Effect</i> .....                  | 56      |
| 4.10. <i>Loading Factor</i> Hubungan <i>Total Effect</i> .....                    | 57      |

## DAFTAR GAMBAR

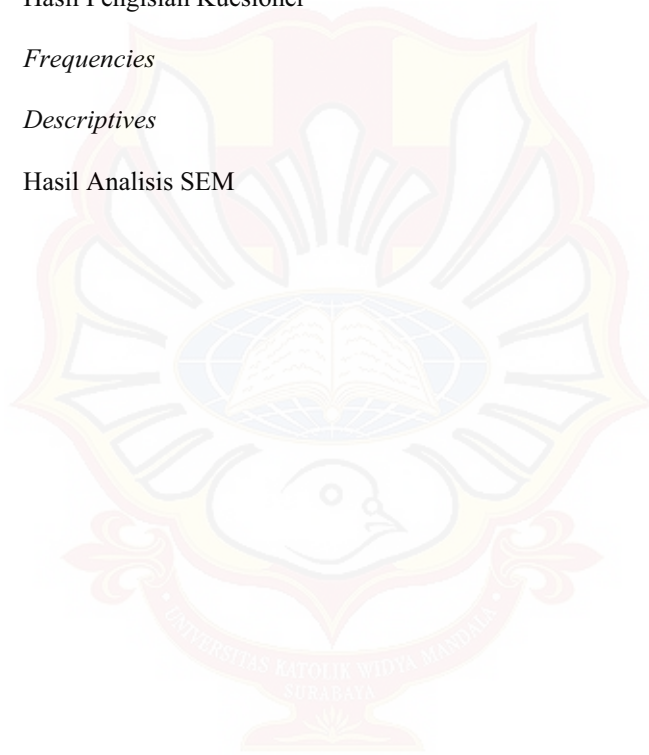
| Nomor:                                           | Halaman |
|--------------------------------------------------|---------|
| 2.1. Model Analisis .....                        | 27      |
| 4.1. Koefisien Jalur .....                       | 48      |
| 4.2. Ikhtisar <i>Goodness of Fit Index</i> ..... | 52      |



## DAFTAR LAMPIRAN

### Nomor:

1. Kuesioner
2. Hasil Pengisian Kuesioner
3. *Frequencies*
4. *Descriptives*
5. Hasil Analisis SEM



## ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *encounter quality* terhadap *relationship quality* dan *satisfaction*, pengaruh *relationship quality* terhadap *customer satisfaction*, pengaruh *customer satisfaction* dan *switching barriers* berpengaruh positif terhadap *loyalty*.

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kausal. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah AIG Life di Surabaya dan bertempat tinggal di Surabaya dengan jumlah sampel yaitu sebanyak 100 orang sebagai responden. Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis *structural equation model* dengan menggunakan AMOS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *encounter quality* berpengaruh positif terhadap *relationship quality* dan *customer satisfaction*, *relationship quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, dan *customer satisfaction* dan *switching barriers* berpengaruh positif terhadap *loyalty*. Saran yang diajukan untuk AIG Life adalah AIG Life sebaiknya menjalankan *Encounter quality* sebaik-baiknya sehingga loyalitas pelanggan tetap terjaga dengan baik, seperti meningkatkan keramahan karyawan dalam setiap pertanyaan maupun masalah yang terjadi pada pelanggan.

Kata Kunci:

*Encounter quality*, *relationship quality*, *customer satisfaction*, *switching barriers* dan *loyalty*

## **THE EFFECT OF ENCOUNTER QUALITY, RELATIONSHIP QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION AND SWITCHING TO BARRIER LOYALTY AIG LIFE IN SURABAYA**

### **ABSTRACT**

The purpose of this study was to determine the influence of relationship quality encounter quality and satisfaction, the influence of relationship quality on customer satisfaction, customer satisfaction and the influence of switching barriers have a positive effect on loyalty.

This research uses causal research design. Population of this research is all customer AIG Life in Surabaya and resides in Surabaya with the number of samples of 100 people as respondents. Data processing methods used in the study is the analysis of structural equation models using AMOS.

The results showed that the quality encounter a positive effect on relationship quality and customer satisfaction, relationship quality has a positive effect on customer satisfaction, and customer satisfaction and switching barriers has a positive effect on loyalty Suggestions submitted to AIG Life are AIG Life Encounter quality should run so well that maintain customer loyalty well, such as improving hospitality employees in every question or problem that occurs on the customer.

Keyword:

*Encounter quality, relationship quality, customer satisfaction, switching barriers and loyalty*