

## ABSTRACT

*Nirwana, Tri Cahya Dewi. 2018. Thesis. The Effect of Value Perception and Trust in Customer Satisfaction at PT. Jiwasraya City of Probolinggo. Management Study Program, Faculty of Economics, Panca Marga University Probolinggo.*

*The need for insurance services is increasingly felt, both by individuals and the business world in Indonesia. Insurance is a financial means in the order of life, but sometimes a decision is taken not to see the magnitude of the risk that will occur but see the magnitude of the benefits to be received. This is because humans have ambitious qualities to gain profit. We all want benefits, guaranteed education, security, prosperity and health. To achieve all that, we need to pay the price by investing and also protecting our property. Insurance is one mechanism that has proven effective in protecting the most valuable assets of each individual. Choosing to insure or not is a choice.*

*The purpose of this study was to determine the effect of perceived value and trust in customer satisfaction at PT. Jiwasraya City of Probolinggo. The type of research method used in this study is to use quantitative research methods. The population in this study were all customers of PT. Jiwasraya City of Probolinggo, the sample of this study amounted to 70 respondents.*

*The results showed that there was a significant influence between perceived value and trust in customer satisfaction at PT. Jiwasraya City of Probolinggo. And the variable that has the dominant influence of customer satisfaction is trust. It is known that the value of determination is 43%, this indicates that the perception of value and trust affects customer satisfaction by 43% while the remaining 57% is influenced by other factors. So that the proposed hypothesis is  $H_a$  accepted and  $H_0$  rejected, which means there is a significant influence between perceived value and trust in customer satisfaction at PT. Jiwasraya City of Probolinggo.*

*Keywords: Perception of Value, Trust, Customer Satisfaction*

## **ABSTRAK**

Nirwana, Tri Cahya Dewi. 2018. Skripsi. **Pengaruh Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Jiwasraya Kota Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Kebutuhan akan jasa perasuransi semakin dirasakan, baik oleh perorangan maupun dunia usaha di Indonesia. Asuransi merupakan sarana finansial dalam tata kehidupan, tetapi terkadang sebuah keputusan yang diambil bukan melihat pada besarnya risiko yang akan terjadi namun melihat pada besarnya keuntungan yang akan diterima. Ini dikarenakan manusia memiliki sifat yang ambisius untuk meraih keuntungan. Kita semua menginginkan keuntungan, jaminan pendidikan, keamanan, kemakmuran, dan kesehatan. Untuk mencapai semuanya itu, kita perlu membayar harganya dengan melakukan investasi dan juga proteksi terhadap harta benda kita. Asuransi merupakan salah satu mekanisme yang telah terbukti ampuh dalam melindungi asset paling berharga dari tiap individu. Memilih untuk berasuransi atau tidak adalah suatu pilihan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi nilai dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Jiwasraya Kota Probolinggo. Jenis metode penelitian digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. Jiwasraya Kota Probolinggo, sampel penelitian ini berjumlah 70 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara persepsi nilai dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Jiwasraya Kota Probolinggo. Dan variabel yang memiliki pengaruh dominan kepuasan nasabah adalah kepercayaan. Diketahui bahwa nilai determinasi sebesar 43% hal ini menunjukkan bahwa persepsi nilai dan kepercayaan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 43% sedangkan sisanya 57% dipengaruhi faktor lainnya. Sehingga hipotesis yang diajukan yaitu Ha diterima dan Ho ditolak yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi nilai dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Jiwasraya Kota Probolinggo.

**Kata Kunci : Persepsi Nilai, Kepercayaan, Kepuasan Nasabah**