

NO. RESPONDEN

KUESIONER UJI

RELATIONSHIP MARKETING

PENGANTAR

Dalam rangka penelitian mengenai kegiatan pemasaran pada industri jasa Asuransi di Surabaya, yang dalam hal ini adalah penelitian mengenai aktivitas *Relationship Marketing* yang dilakukan perusahaan Asuransi. Kami memohon bantuan dan kesediaan Saudara untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini. Penelitian ini akan sangat berguna bagi kami dalam rangka penyelesaian Skripsi di STIE PERBANAS Surabaya, dan tentunya hasil penelitian ini bisa menjadi masukan bagi perusahaan Asuransi dalam mengambil kebijakan. Kami sepenuhnya akan menjamin kerahasiaan identitas Saudara. Kami akan sangat menghargai pendapat Saudara, atas bantuan dan partisipasi Saudara kami ucapkan terima kasih.

BAGIAN 1

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Responden	:	
Jenis Kelamin	(1) Laki-laki	(2) Perempuan
Alamat	:	
Nomer Telephon	:	
Nama Perusahaan Asuransi yang diikuti	:	
Nomer Polis	:(boleh diisi/boleh tidak)	

PETUNJUK PENGISIAN

Berikan penilaian Saudara terhadap hal – hal dibawah ini, dengan *melingkari* kode tanggapan yang paling tepat menurut Saudara. Tiap pernyataan hanya membutuhkan satu tanggapan. Alternatif jawaban terdiri dari :

- STS : Sangat Tidak Setuju
- TS : Tidak Setuju
- RR : Ragu – ragu
- S : Setuju
- SS : Sangat Setuju

NO.	PERNYATAAN	TANGGAPAN				
		STS	TS	RR	S	SS
B1	Keberhasilan Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) dibangun atas dasar kepercayaan.					
B2	Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) menjaga hubungan secara terus menerus.					
B3	Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) bekerjasama dengan erat.					
B4	Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) berusaha keras menjaga hubungan jangka panjang.					
E5	Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) saling memahami perasaan masing – masing.					
E6	Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) selalu melihat suatu permasalahan dari sudut pandang kedua belah pihak.					
E7	Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) selalu saling menjaga perasaan masing – masing.					
R8	Perusahaan Asuransi yang saya ikuti, memberikan kompensasi (ganti rugi) atas pelayanan yang tidak sesuai kepada saya.					
R9	Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) saling membalas kebaikan masing – masing.					
R10	Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) selalu menepati janji.					
T11	Perusahaan Asuransi yang saya ikuti, dapat dipercaya dalam hal – hal yang sangat penting.					
T12	Saya percaya kepada perusahaan Asuransi yang saya ikuti.					
T13	Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) saling percaya.					
T14	Berdasarkan hubungan yang telah terjalin selama ini, saya berfikir bahwa perusahaan Asuransi yang saya ikuti merupakan perusahaan yang dapat dipercaya.					

BAGIAN 3**PETUJUK PENGISIAN**

Berikan penilaian Saudara terhadap hal – hal dibawah ini, dengan *melingkari* angka dari jawaban yang paling tepat menurut Saudara. Tiap pernyataan hanya membutuhkan satu tanggapan.

K1. Secara keseluruhan, seberapa puaskah Anda terhadap layanan yang dilakukan perusahaan Asuransi yang Anda ikuti ?

Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Kurang Puas	Netral	Hampir Puas	Puas	Sangat Puas
1	2	3	4	5	6	7

K2. Menurut pendapat Anda, bagaimana mutu layanan yang Anda alami selama menjadi Nasabah Asuransi ?

Sangat jauh dari yang diharapkan	<input type="checkbox"/>
Tidak seperti yang diharapkan	<input type="checkbox"/>
Seperti yang diharapkan	<input type="checkbox"/>
Sedikit lebih baik dari yang diharapkan	<input type="checkbox"/>
Jauh lebih baik dari yang diharapkan	<input type="checkbox"/>

K3. Dengan mempertimbangkan layanan dan manfaat yang Anda terima dengan biaya yang harus Anda bayar, bagaimana penilaian Anda terhadap Perusahaan Asuransi yang Anda Ikuti ?

Mahal	Agak mahal	Bersaing	Agak murah	Murah
1	2	3	4	5

K4. Jika dihitung, berapa banyakkah komplain yang pernah Anda berikan atas layanan jasa Asuransi yang Anda ikuti ?

Sangat Sedikit	Sedikit	Cukup Sedikit	Cukup Banyak	Banyak	Sangat Banyak
1	2	3	4	5	6

SELESAI

Terima Kasih atas partisipasi Anda dalam mengisi kuesioner ini



KUESIONER

NO. RESPONDEN

RELATIONSHIP MARKETING JASA ASURANSI 2003

PENGANTAR

Dalam rangka penelitian mengenai kegiatan pemasaran pada industri jasa Asuransi di Surabaya, yang dalam hal ini adalah penelitian mengenai aktivitas *Relationship Marketing* yang dilakukan perusahaan Asuransi. Kami memohon bantuan dan kesediaan Saudara untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini. Penelitian ini akan sangat berguna bagi kami dalam rangka penyelesaian Skripsi di STIE PERBANAS Surabaya, dan tentunya hasil penelitian ini bisa menjadi masukan bagi perusahaan Asuransi dalam mengambil kebijakan. Kami sepenuhnya akan menjamin kerahasiaan identitas Saudara. Kami akan sangat menghargai pendapat Saudara, atas bantuan dan partisipasi Saudara kami ucapkan terima kasih.

BAGIAN I

PETUNJUK PENGISIAN

Berikan penilaian Saudara terhadap hal – hal dibawah ini, dengan *melingkari* kode tanggapan yang paling tepat menurut Saudara. Tiap pernyataan hanya membutuhkan satu tanggapan. Alternatif jawaban terdiri dari :

- STS : Sangat Tidak Setuju
 TS : Tidak Setuju
 RR : Ragu – ragu
 S : Setuju
 SS : Sangat Setuju

NO.	PERNYATAAN	TANGGAPAN				
		STS	TS	RR	S	SS
B1	Keberhasilan Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) dibangun atas dasar saling percaya.					
B2	Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) menjaga hubungan secara terus menerus.					
B3	Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) bekerjasama dengan erat.					
B4	Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) berusaha keras menjaga hubungan jangka panjang.					

E5	Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) saling memahami perasaan masing – masing.	STS	TS	RR	S	SS
E6	Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) selalu melihat suatu permasalahan yang kami hadapi dari sudut pandang kedua belah pihak.	STS	TS	RR	S	SS
E7	Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) selalu saling menjaga perasaan masing – masing.	STS	TS	RR	S	SS
R8	Perusahaan Asuransi yang saya ikuti, memberikan kompensasi (ganti rugi) atas pelayanan yang tidak sesuai kepada saya.	STS	TS	RR	S	SS
R9	Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) saling membalas kebaikan masing – masing.	STS	TS	RR	S	SS
R10	Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) selalu menepati janji.	STS	TS	RR	S	SS
T11	Perusahaan Asuransi yang saya ikuti, dapat dipercaya dalam hal – hal yang sangat penting.	STS	TS	RR	S	SS
T12	Saya percaya kepada perusahaan Asuransi yang saya ikuti.	STS	TS	RR	S	SS
T13	Kami (saya dan perusahaan Asuransi yang saya ikuti) saling percaya.	STS	TS	RR	S	SS
T14	Berdasarkan hubungan yang telah terjalin selama ini, saya berfikir bahwa perusahaan Asuransi yang saya ikuti merupakan perusahaan yang dapat dipercaya.	STS	TS	RR	S	SS

BAGIAN 2

PETUJUK PENGISIAN

Berikan penilaian Saudara terhadap hal – hal dibawah ini, dengan *melingkari* angka dari jawaban yang paling tepat menurut Saudara. Tiap pernyataan hanya membutuhkan satu tanggapan.

K1. Secara keseluruhan, seberapa puaskah Anda terhadap layanan yang dilakukan perusahaan Asuransi yang Anda ikuti ?

Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Netral	Puas	Sangat Puas
1	2	3	4	5

K2. Menurut pendapat Anda, bagaimana mutu layanan yang Anda alami selama menjadi Nasabah Asuransi ?

- Sangat jauh dari yang diharapkan 1
- Tidak seperti yang diharapkan 2
- Seperti yang diharapkan 3
- Sedikit lebih baik dari yang diharapkan 4
- Jauh lebih baik dari yang diharapkan 5

K3. Dengan membandingkan layanan dan manfaat yang Anda terima dengan Premi yang harus Anda bayar, bagaimana penilaian Anda terhadap Perusahaan Asuransi yang Anda ikuti ?

Mahal	Agak mahal	Bersaing	Agak murah	Murah
1	2	3	4	5

K4. Jika dihitung, berapa banyakkah komplain yang pernah Anda berikan atas layanan jasa Asuransi yang Anda ikuti ?

Sangat Banyak	Banyak	Sedang	Sedikit	Sangat Sedikit
1	2	3	4	5

BAGIAN 3

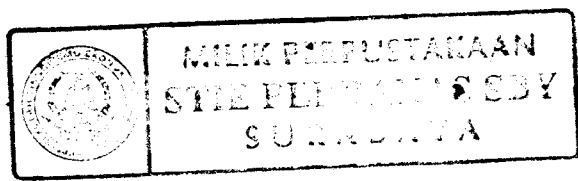
Pada bagian ini, Saudara diharapkan untuk mengisi seluruh daftar pertanyaan yang ada, sehingga tidak ada pertanyaan yang tidak terjawab (kecuali pada pertanyaan yang boleh dirahasiakan), dan melingkari angka pilihan yang tersedia pada pertanyaan yang bertanda (*).

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Responden	:			
Jenis Kelamin *	(1) Laki-laki	(2) Perempuan		
Usia *	(1) 16 – 25 th	(2) 26 – 35 th	(3) 36 – 45 th	(4) > 45 th
Alamat	:(Boleh dirahasiakan)			
Nomer Telephon	:			
Nama Perusahaan Asuransi yang diikuti	:			

SELESAI

Terima Kasih atas partisipasi Anda dalam mengisi kuesioner ini



DAFTAR RUJUKAN

- Armistead, C.G., dan G. Clark. 1996. *Customer Service and Support (Layanan dan Dukungan Kepada Pelanggan)*. PT. Elex Media Komputindo-Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Band, William A. 1991. *Creating Value for Customers: Designing and Implementation a Total Corporate Strategy*. Canada : John Wiley.
- Dharmimesta, Basu Swastha. 1999. "Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti". *Journal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol. 14, No.3, 73-88
- Ensiklopedi Ekonomi, Bisnis & Manajemen. 1992. Penerbit PT. Cipta Adi Pustaka.
- Engel, J.F., R. Blackwell, dan C. Minnard. 1995. *Consumer Behavior*. Eight Edition. The Dryden Press, Fort Wort.
- Fandy Tjiptono. 1995. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Freddy Rangkuti. 2002. *Measuring Customer Satisfaction : Gaining Customer Relationship Strategy*. Gramedia Pustaka Utama.
- Golis, Christopher C. 1993. *Menjual Dengan Empati*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Gwinner, Kevin P., *et al.* 1998. "Relational Benefits in Service Industries: The Customer's Perspective". *Journal of The Academy of Marketing Science*, Spring.
- Garbarino, Ellen, dan Mark S. Johnson.1999. "The Different Roles of Satisfaction, Trust and Commitment in Customer Relationship". *Journal of Marketing*. Vol. 63. April.
- Gruen, Thomas W., *et al.* 2000. "Relationship Marketing Activities, Commitment, dan Membership Behaviors in Profesional Associations". *Journal of Marketing*. 64 (July), 34-49.
- Handi Irawan. 1999. "Indonesia Customer Satisfaction Index : Dari Tujuan ke Model". SWA. 23 Sept. – 6 Okt. 1999. Hal. 84.

- Husein Umar, 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.
- Insurance Council of Indonesia, 2001. *Indonesian Insurance in 2001*.
- James, Thomas dan W. Earl Sasser, Jr. 1994. *Marketing*. Two Edition. Mcgraw-Hill Inc.
- Kotler, Philip, dan G. Armstrong. 1998. *Principles of Marketing*. Fifth edition. Prentice-Hall Inc., New Jersey.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*. Millenium Edition. Prentice-Hall, New Jersey.
- Kresnayana Yahya. 2001. "Marketing Strategy : Analyzing Market Opportunities to Achieve Competitive Advantage in Retail Business". Makalah disampaikan pada seminar pemasaran di Sahid Hotel, Surabaya.
- Levitt, Theodore. 1983 . "After the Sale is Over". *Harvard Business Review*.
- Lovelock, C.H., dan L.K. Wright. 1999. *Principles of Service Marketing and Management*. Prentice- Hall Inc., New Jersey.
- Lamb, Charles W.Jr, *et.al*. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.
- Moorman, Christine, *et al*. 1992. "Relationship Between Providers an User of Marketing Research : The Dynamics of Trust Within and Between Organization". *Journal of Marketing Research*. Vol. 62, January, 33-47.
- Morgan, Robert M., dan Shelby D. Hunt. 1994. "The Commitment, Trust Theory of Relationship Marketing". *Journal of Marketing*. Vol. 58. 20-38.
- Mowen, J.C., dan M. Minor. 2001. *Perilaku Konsumen*. Jilid I, Penerbit Erlangga.
- Payne, Adrian. 2001. *The Essence of Services Marketing*. Penerbit ANDI., Yogyakarta.
- Peter, J. Paul, dan Olson, Jerry C. 2002. *Consumer Behavior and marketing Strategy*. Sixth Edition. New York : Mcgraw-Hill Companies.

- Pollock, W.K. 2002. "The Path to Customer Satisfaction and Loyalty Improvement", *Journal of Marketing Research*. 2-41.
- Rambat Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Singarimbun, Masri. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Cetakan Pertama, Jakarta: LP3ES.
- Soehardi Sigit. 1999. *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial, Bisnis, Manajemen*. Penerbit FE. Universitas Sarjanawiyata. Yogyakarta.
- Sugiyono.1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Singgih Santoso. 2000. *Buku Pelatihan SPSS Statistik Parametrik*. Penerbit Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Syafruddin Chan. 2003. *Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Winer, Russel S. 2001. "A Framework for Customer Relationship Management". *California Management Review*. Vol.43. No.4 (Summer): 89-106.
- Yau, Oliver H.M., *et.al.* 1999. "is Relationship for Every One ?". *European Journal of Marketing*. Vol. 34, 4-10.
- Yudi Sutarso. 2002. "Komitmen Organisasi : Tinjauan Teoritis atas Penyebab, Dampak, dan Adopsinya Bagi Penelitian Relationship Marketing". *Ventura*, Vol. 5, Desember.
- Zeithaml Valerie. A, Mary Jo Bitner. 2000. *Service Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*. International Edition : Mcgraw-Hill Company Inc. New Jersey.
- Zulganef. 2002. "Hubungan Antara Sikap Terhadap Bukti Fisik, Proses, dan Karyawan dengan Kualitas Keterhubungan, dan Perannya dalam Menimbulkan Niat Ulang Membeli dan Loyalitas". *SINREMI*.