

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT ASURANSI JIWA MANULIFE INDONESIA

Devi Yasa¹, Dewi Astuti²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika
deviyasa8@gmail.com¹, dewi.dwb@bsi.ac.id²**Abstract**

This study aims to determine the effect of service quality and interpersonal communication on customer satisfaction at PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia. The background of this research is that receptionists, as frontline staff, do not receive adequate briefing on claim procedures, which potentially leads to customer dissatisfaction. This study employs a quantitative statistics method. The population consisted of 600 claim customers, with a sample of 86 respondents determined using the Slovin formula. Data were collected through observation, documentation studies, and questionnaire distribution using a Likert Scale, then analyzed using instrument tests (validity and reliability), classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis tests (t-test and F-test) with SPSS version 29. The results show: (1) service quality has a positive and significant partial effect on customer satisfaction (t count = 5.274, sig. <0.001, contribution 20,92%), (2) interpersonal communication has a positive and significant partial effect on customer satisfaction (t-count = 5.937, sig. <0.001, contribution 25.78%), (3) both variables simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction (F-count = 36.314, sig. <0.001, $R^2 = 0.467$ or 46.7%). The regression equation is: $Y = 6.936 + 0.194X_1 + 0.186X_2$. Based on these findings. It can be concluded that service quality and interpersonal communication are jointly important factors that shape customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Interpersonal Communication, Customer Satisfaction, Life Insurance

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan nasabah PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia. Latar belakangnya adalah resepsionis sebagai petugas lini depan tidak mendapat pembekalan yang cukup tentang prosedur klaim, sehingga berpotensi menimbulkan ketidakpuasan nasabah. Metode yang digunakan adalah kuantitatif statistik. Populasi berjumlah 600 nasabah klaim, dengan sampel 86 responden menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, studi dokumentasi, dan penyebaran kuesioner dengan Skala Likert, data diolah dengan uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta uji hipotesis (uji t dan uji f)

Article history

Received: Agustus 2026

Reviewed: Agustus 2026

Published: Agustus 2026

Plagiarism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

menggunakan perangkat lunak SPSS versi 29. Hasil penelitian: (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial (t hitung 5,274, sig. $<0,001$, kontribusi 20,92%), (2) komunikasi interpersonal berpengaruh positif dan signifikan secara parsial (t hitung 5,937, sig. $<0,001$, kontribusi 25,78%), (3) keduanya secara simultan berpengaruh positif dan signifikan (F hitung 36,314, sig. $<0,001$, $R^2 = 0,467$ atau 46,7%). Persamaan regresi: $Y = 6,936 + 0,194X_1 + 0,186X_2$. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal secara bersama-sama merupakan faktor penting yang membentuk kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Komunikasi Interpersonal, Kepuasan Nasabah, Asuransi Jiwa

PENDAHULUAN

Industri asuransi merupakan salah satu pilar utama dalam sistem keuangan global yang berperan sebagai mekanisme pengelolaan risiko bagi individu, keluarga, maupun korporasi. Manulife Financial Corporation sebagai salah satu penyedia layanan keuangan internasional terkemuka beroperasi di Asia, Kanada, dan Amerika Serikat serta melayani lebih dari 34 juta nasabah melalui lebih dari 40.000 karyawan dan 116.000 agen serta ribuan mitra distribusi di seluruh dunia. (Swiss Re Institute, 2024) mencatat bahwa total premi asuransi jiwa dan kesehatan global mencapai USD 4,7 triliun pada tahun 2023, meningkat sekitar 5,3% dibandingkan tahun sebelumnya. Kondisi tersebut menunjukkan pertumbuhan industri asuransi di tengah berbagai tantangan ekonomi global dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perlindungan asuransi.

PT Asuransi Jiwa Manulife (Manulife Indonesia) merupakan salah satu perusahaan asuransi jiwa terbesar di Indonesia yang telah beroperasi sejak tahun 1985. Aset perusahaan meningkat dari Rp60,1 triliun pada tahun 2022 menjadi Rp63,7 triliun pada tahun 2023. Pada tahun 2024, Manulife Indonesia mencatatkan laba bersih sebesar Rp1,5 triliun dan total pendapatan premi sebesar Rp10,5 triliun. Perkembangan pembayaran klaim juga menunjukkan adanya fluktuasi, yaitu Rp5,5 triliun pada tahun 2020, meningkat menjadi Rp8,9 triliun pada tahun 2021, kemudian Rp8,1 triliun pada tahun 2022, Rp7,9 triliun pada tahun 2023, dan kembali meningkat menjadi Rp8,3 triliun pada tahun 2024.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu isu penting dalam industri asuransi jiwa. Penelitian (Yurianto dan Dewi, 2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah. Fenomena tersebut juga ditemukan pada PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia, khususnya pada resepsionis sebagai petugas lini depan yang pertama kali berinteraksi dengan nasabah pengaju klaim. Resepsionis tidak mendapatkan sosialisasi resmi dari perusahaan mengenai syarat dan ketentuan pengajuan klaim sehingga terdapat kesenjangan kualitas pelayanan di lini terdepan yang berpotensi menurunkan kepuasan nasabah.

Permasalahan tersebut berkaitan dengan komunikasi interpersonal antara resepsionis dan nasabah. (Amal, Akbar, dan Arianto, 2026) menemukan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif melalui interaksi empatik dan solutif berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Kondisi tersebut relevan dengan PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia karena resepsionis tidak dibekali informasi yang memadai mengenai prosedur dan persyaratan klaim. Akibatnya, komunikasi antara resepsionis dan nasabah pengaju klaim menjadi tidak informatif dan tidak terbuka (*openness*) (Amal et al., 2026). Kondisi ini semakin

penting karena Otoritas Jasa Keuangan (2024) mencatat klaim asuransi kesehatan di Indonesia meningkat hingga 24,9% *year-on-year* pada kuartal pertama tahun 2024. Peningkatan tersebut turut meningkatkan intensitas interaksi nasabah di kantor pelayanan.

Penelitian terdahulu juga menunjukkan adanya hubungan antara komunikasi interpersonal dan kepuasan nasabah. (Nurbany, 2022) menemukan bahwa komunikasi interpersonal *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. (Weningtyas dan Suseno, 2023) juga membuktikan bahwa komunikasi interpersonal bersama kualitas pelayanan menjadi prediktor signifikan terhadap kepuasan konsumen pada sektor jasa. Sementara itu, penelitian (Said, 2024) pada PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia dengan 600 responden menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kondisi tersebut berkaitan dengan masih ditemukannya klaim yang tidak dibayarkan karena dokumen nasabah tidak lengkap, yang mengindikasikan bahwa pemberian informasi pada tingkat penerimaan pertama belum berjalan optimal.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan nasabah PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia, dengan rumusan masalah: (1) apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah; (2) apakah komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan nasabah; dan (3) apakah kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan jasa dalam mempertahankan dan menarik pelanggan. Menurut (Tjiptono, 2016:92), pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang bersifat tak berwujud yang umumnya terjadi dalam interaksi antara konsumen dan karyawan jasa, atau sumber daya fisik, barang, dan sistem penyedia jasa. Menurut (Kotler, 2017:182) kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. (Abdullah dan Tantri, 2018:144) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mencakup semua atribut dan sifat yang dimiliki oleh suatu produk atau layanan yang mempengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang diungkap maupun yang tersirat. Berdasarkan beberapa definisi tersebut, kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan, mencakup seluruh aspek interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa.

Menurut (Tjiptono dalam Pratama dan Budiarti, 2024), terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu keandalan (*reliability*), kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan janji, tepat waktu, dan memuaskan; daya tanggap (*responsiveness*), kemampuan dan kesiapan membantu pelanggan serta memberikan pelayanan yang cepat dan tepat; jaminan (*assurance*), pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan keandalan karyawan dalam menghadapi risiko atau kerugian; empati (*empathy*), kemampuan menjalin hubungan, berkomunikasi secara efektif, memperhatikan secara personal, dan memahami kebutuhan individual pelanggan; serta bukti fisik (*tangibles*), kemampuan perusahaan menunjukkan fasilitas, peralatan, karyawan, dan sarana komunikasi yang baik.

Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh sumber daya manusia, sistem dan prosedur, fasilitas fisik dan teknologi, kepemimpinan, serta komunikasi (Tjiptono, 2020:113-115). Berkaitan dengan penelitian ini, kualitas pelayanan resepsionis PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia

sangat dipengaruhi oleh ketersediaan informasi dan pembekalan pelatihan mengenai prosedur pengajuan klaim yang diberikan perusahaan kepada resepsionis.

Komunikasi Interpersonal (X2)

Komunikasi interpersonal merupakan aspek fundamental dalam membangun hubungan yang baik antara karyawan dan pelanggan. Menurut (Thoha, 2013:190), komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi, ide, pendapat, dan perasaan yang terjadi antara dua orang atau lebih secara langsung (tatap muka). (Effendy, 2017:62) menyatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Sementara itu, (DeVito, 2018:4) mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai komunikasi yang terjadi di antara dua orang yang memiliki hubungan yang jelas, di mana setiap orang mempengaruhi dan dipengaruhi satu sama lain. Berdasarkan beberapa definisi tersebut, komunikasi interpersonal adalah proses interaksi dua arah secara tatap muka antara dua individu atau lebih yang melibatkan pertukaran pesan verbal maupun nonverbal dan umpan balik secara langsung.

Menurut (Thoha dalam Khanif Ismail, 2023), komunikasi interpersonal diukur melalui lima indikator, yaitu keterbukaan, keinginan untuk terbuka dan menanggapi secara jujur informasi yang datang; empati, kemampuan merasakan sebagaimana yang dirasakan oleh orang lain; dukungan, yang dapat terucapkan maupun tidak terucapkan; kepositifan, adanya perhatian dan perasaan positif terhadap seseorang; serta kesamaan, yaitu suasana komunikasi yang memungkinkan orang-orang yang berkomunikasi berada dalam suasana kesamaan.

Menurut (DeVito, 2018:16-19), komunikasi interpersonal dipengaruhi oleh persepsi, kepercayaan (*trust*), sikap dan perasaan, latar belakang individu, serta hambatan komunikasi (*noise*). Berkaitan dengan penelitian ini, komunikasi interpersonal resepsionis PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia dipengaruhi oleh keterbatasan informasi mengenai prosedur dan persyaratan klaim asuransi. Ketika resepsionis tidak dibekali informasi yang memadai oleh perusahaan, aspek keterbukaan dalam komunikasi interpersonal menjadi terhambat karena resepsionis tidak dapat menyampaikan informasi secara transparan, jelas, dan lengkap kepada nasabah.

Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan nasabah merupakan inti dari keberhasilan sebuah perusahaan jasa. Menurut (Kotler dan Keller, 2017:150), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka. (Tjiptono, 2020:58) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli keseluruhan yang membandingkan persepsi terhadap kinerja produk atau jasa dengan ekspektasi prapembelian. Selanjutnya, (Oliver dalam Tjiptono, 2020:59) menyatakan bahwa kepuasan adalah respons pemenuhan konsumen. Berdasarkan berbagai definisi tersebut, kepuasan nasabah adalah suatu kondisi emosional dan evaluatif yang dirasakan pelanggan setelah membandingkan harapan sebelum menggunakan jasa dengan pengalaman aktual yang diterima.

Indikator kepuasan nasabah menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (Herliana, 2025) meliputi kesesuaian harapan, yaitu tingkat kesesuaian atas kinerja yang diharapkan dengan yang dirasakan nasabah; minat berkunjung kembali, yaitu kesediaan nasabah untuk berkunjung kembali atau menggunakan jasa kembali; dan kesediaan merekomendasikan, yaitu kesediaan nasabah setelah menggunakan produk atau jasa untuk merekomendasikannya kepada teman maupun kerabat.

Menurut (Lupiyoadi, 2016:212), faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. (Kotler dan Keller, 2017:156) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor situasional, dan faktor personal. Berkaitan dengan penelitian ini, kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal memiliki peranan penting dalam membentuk kepuasan nasabah. Pelayanan yang berkualitas melalui keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik membentuk persepsi positif nasabah, sedangkan komunikasi yang efektif antara karyawan dan nasabah memperjelas informasi dan meningkatkan rasa percaya nasabah kepada perusahaan.

Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H01: Diduga, tidak terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia.

Ha1: Diduga, terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia.

H02: Diduga, tidak terdapat pengaruh signifikan Komunikasi Interpersonal secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia.

Ha2: Diduga, terdapat pengaruh signifikan Komunikasi Interpersonal secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia.

H03: Diduga, tidak terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Interpersonal secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia.

Ha3: Diduga, terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Interpersonal secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausalitas yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Komunikasi Interpersonal (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia. Populasi penelitian adalah seluruh nasabah yang datang langsung ke kantor untuk keperluan wawancara klaim (*claim interview*) dan berinteraksi dengan resepsionis selama periode Maret hingga Mei 2026, sebanyak 600 orang. Sampel ditentukan menggunakan teknik *Non-probability Sampling* dengan metode *Accidental Sampling* dan rumus Slovin dengan taraf signifikansi 10%, sehingga diperoleh 86 responden.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, kuesioner, dan studi dokumentasi. Kuesioner menjadi teknik pengumpulan data utama yang terdiri atas 10 pernyataan Kualitas Pelayanan (X1), 10 pernyataan Komunikasi Interpersonal (X2), dan 6 pernyataan Kepuasan Nasabah (Y), dengan menggunakan Skala Likert 1-5. Data dianalisis menggunakan bantuan aplikasi SPSS melalui uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinieritas, serta analisis regresi linier berganda.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Interpersonal secara individual terhadap Kepuasan Nasabah, serta uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh kedua variabel bebas secara bersama-sama terhadap Kepuasan Nasabah. Selain itu, dilakukan uji koefisien determinasi untuk mengukur besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dan analisis

regresi linier berganda untuk menerangkan pola hubungan antara Kualitas Pelayanan (X1), Komunikasi Interpersonal (X2), dan Kepuasan Nasabah (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Komunikasi Interpersonal (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah yang datang ke area resepsionis untuk keperluan pengajuan atau *interview* klaim. Setelah dilakukan seleksi terhadap jawaban kuesioner yang tidak lengkap serta data tidak wajar (*outlier*) yang tidak konsisten, diperoleh sampel final sebanyak 86 responden. Data yang terkumpul kemudian ditabulasi dan diolah menggunakan bantuan program SPSS versi 29.

Berdasarkan karakteristik responden, dari 86 responden terdapat 38 orang (44%) berjenis kelamin laki-laki dan 48 orang (56%) perempuan, sehingga mayoritas responden didominasi oleh perempuan. Berdasarkan usia, responden berusia di bawah 25 tahun sebanyak 7 orang (8%), usia 25-35 tahun sebanyak 34 orang (40%), usia 36-45 tahun sebanyak 37 orang (43%), dan usia di atas 45 tahun sebanyak 8 orang (9%). Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden merupakan karyawan swasta sebanyak 38 orang (44%), diikuti wiraswasta sebanyak 28 orang (33%), ASN/TNI/Polri sebanyak 10 orang (12%), ibu rumah tangga sebanyak 7 orang (8%), dan lainnya sebanyak 3 orang (3%). Sementara itu, berdasarkan lama menjadi nasabah Manulife, responden yang telah menjadi nasabah kurang dari 1 tahun sebanyak 16 orang (19%), 1-5 tahun sebanyak 40 orang (47%), dan lebih dari 5 tahun sebanyak 30 orang (34%).

Deskripsi data penelitian selanjutnya meliputi variabel Kualitas Pelayanan (X1), Komunikasi Interpersonal (X2), dan Kepuasan Nasabah (Y). Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala Likert dan diisi oleh 86 responden. Variabel Kualitas Pelayanan terdiri dari 10 pernyataan, Komunikasi Interpersonal terdiri dari 10 pernyataan, sedangkan Kepuasan Nasabah terdiri dari 6 pernyataan. Data dari masing-masing variabel kemudian ditabulasi dan diolah menggunakan SPSS untuk selanjutnya digunakan dalam pengujian penelitian.

B. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data terdiri dari dua komponen utama yaitu validitas dan reliabilitas. Proses ini digunakan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dalam suatu penelitian benar dan dapat diandalkan, sehingga hasil analisis dapat dipercaya dan akurat.

Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai **R hitung** dengan **R tabel** pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Jika nilai R hitung > R tabel, maka butir pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Kode	R. Hitung	R. Tabel	Keterangan
1	0,684	0,212	Valid
2	0,716	0,212	Valid
3	0,666	0,212	Valid
4	0,673	0,212	Valid
5	0,707	0,212	Valid

6	0,731	0,212	Valid
7	0,585	0,212	Valid
8	0,688	0,212	Valid
9	0,713	0,212	Valid
10	0,671	0,212	Valid

Sumber: Data olahan SPSS Versi 29, 2026

Berdasarkan Tabel 1, seluruh butir pernyataan (kode 1 sampai 10) untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai R hitung yang lebih besar dari nilai R tabel (0,212). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pernyataan dalam variabel Kualitas Pelayanan (X1) dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi Interpersonal (X2)

Kode	R. Hitung	R. Tabel	Keterangan
1	0,738	0,212	Valid
2	0,698	0,212	Valid
3	0,802	0,212	Valid
4	0,781	0,212	Valid
5	0,752	0,212	Valid
6	0,743	0,212	Valid
7	0,771	0,212	Valid
8	0,722	0,212	Valid
9	0,735	0,212	Valid
10	0,645	0,212	Valid

Sumber: Data olahan SPSS Versi 29, 2026

Berdasarkan Tabel 2, seluruh butir pernyataan (kode 1 sampai 10) untuk variabel Komunikasi Interpersonal (X2) memiliki nilai R hitung yang lebih besar dari nilai R tabel (0,212). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pernyataan dalam variabel Komunikasi Interpersonal (X2) dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Kode	R. Hitung	R. Tabel	Keterangan
1	0,570	0,212	Valid
2	0,557	0,212	Valid
3	0,610	0,212	Valid
4	0,680	0,212	Valid
5	0,707	0,212	Valid
6	0,568	0,212	Valid

Sumber: Data olahan SPSS Versi 29, 2026

Berdasarkan Tabel 3, seluruh butir pernyataan (kode 1 sampai 6) untuk variabel Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai R hitung yang lebih besar dari nilai R tabel (0,212). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pernyataan dalam variabel Kepuasan Nasabah (Y) dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,872	Reliabel

Komunikasi Interpersonal	0,907	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,675	Reliabel

Sumber: Data olahan SPSS Versi 29, 2026

Berdasarkan Tabel 4, ketiga variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas standar minimum 0,60. Dengan demikian, seluruh instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, sehingga handal dan layak digunakan untuk pengumpulan data pada analisis selanjutnya.

C. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Berdasarkan hasil *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual dalam model regresi dinyatakan berdistribusi normal.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov Smirnov		
		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std.Deviation	.98816526
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.048
	Negative	-.074
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

Sumber: Data olahan SPSS Versi 29, 2026

Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) sebesar 0,200 lebih besar dari standar signifikansi yang ditentukan, yaitu 0,05 ($0,200 > 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai residual dalam model regresi ini dinyatakan berdistribusi normal. Hasil ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas dalam pengujian asumsi klasik telah terpenuhi, sehingga model regresi dapat digunakan untuk pengujian tahap selanjutnya.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			Tolerance VIF
1 (Constant)	4.127	.824		5.012	<,001	

Kualitas Pelayanan	-.042	.021	-.212	-2.017	.047	.982	1.018
Komunikasi Interpersonal	-.033	.018	-.198	-1.883	.063	.982	1.018
a. Dependent Variable: ABSRES							

Sumber: Data olahan SPSS Versi 29, 2026

Berdasarkan karakteristik penyebaran titik-titik data pada grafik *Scatterplot*, data menyebar secara acak serta tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini. Berdasarkan Uji Glejser, variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,047, sedangkan Komunikasi Interpersonal sebesar 0,063. Variabel Komunikasi Interpersonal memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga bebas dari gejala heteroskedastisitas. Meskipun variabel Kualitas Pelayanan secara statistik berada sedikit di bawah batas kritis 0,05, hasil visualisasi grafik *Scatterplot* menunjukkan pola penyebaran data yang acak dan merata. Dengan mempertimbangkan kombinasi kedua metode tersebut, secara keseluruhan model regresi masih dinilai memadai dan dapat dilanjutkan.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*.

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.982	1.018
	Komunikasi Interpersonal	.982	1.018
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah			

Sumber: Data olahan SPSS Versi 29, 2026

Berdasarkan nilai *Tolerance* yang lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10.00, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari gejala multikolinearitas. Dengan demikian, asumsi multikolinearitas dalam uji asumsi klasik telah terpenuhi dan variabel-variabel independen ini dapat digunakan secara bersama-sama dalam model analisis selanjutnya.

Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil pengujian linearitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 8. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig. Deviation From Linearity	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1) → Kepuasan Nasabah (Y)	0,780	Linear
Komunikasi Interpersonal (X2) → Kepuasan Nasabah (Y)	0,414	Linear

Sumber: Data olahan SPSS Versi 29, 2026

Berdasarkan Tabel 8, nilai *Sig. Deviation from Linearity* untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,780 lebih besar dari 0,05 ($0,780 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan dengan Kepuasan Nasabah (Y) terbukti linear. Variabel Komunikasi Interpersonal (X2) memiliki nilai *Sig. Deviation from Linearity* sebesar 0,414 lebih besar dari 0,05 ($0,414 > 0,05$), sehingga hubungannya dengan Kepuasan Nasabah (Y) juga dinyatakan linear. Dengan demikian, asumsi linearitas dalam penelitian ini telah terpenuhi sehingga data memenuhi syarat untuk dilanjutkan ke uji berikutnya.

D. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Komunikasi Interpersonal (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), koefisien determinasi, dan analisis regresi linear berganda.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 9. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.936	1.466		4.730	<,001
Kualitas Pelayanan	.194	.037	.427	5.274	<,001
Komunikasi Interpersonal	.186	.031	.480	5.937	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data olahan SPSS Versi 29, 2026

Berdasarkan Tabel 9, diperoleh hasil pengujian sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Nilai t hitung Kualitas Pelayanan sebesar 5,274 lebih besar dari t tabel sebesar 1,989, dengan nilai signifikansi <0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, **H1 diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

2. Komunikasi Interpersonal (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Nilai t hitung Komunikasi Interpersonal sebesar 5,937 lebih besar dari t tabel sebesar 1,989, dengan nilai signifikansi <0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, **H2 diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa Komunikasi Interpersonal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	342.722	2	171.362	36.314	<,001 ^b
Residual	391.662	83	4.719		
Total	734.384	85			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah
b. Predictors: (Constant), Komunikasi Interpersonal, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data olahan SPSS Versi 29, 2026

Berdasarkan Tabel 10, diperoleh nilai F hitung sebesar 36,314, sedangkan F tabel sebesar 3,11. Nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($36,314 > 3,11$) dan nilai signifikansi $< 0,001$ lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Interpersonal secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-Order	Partial	Part
1 (Constant)	6.936	1.466		4.730	<,001			
Kualitas Pelayanan	.194	.037	.427	5.274	<,001	.490	.501	.423
Komunikasi Interpersonal	.186	.031	.480	5.937	<,001	.530	.546	.476

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

a. Sumber: Data olahan SPSS Versi 29, 2026

b. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Diperoleh nilai Beta sebesar 0,427 dan nilai Zero-Order sebesar 0,490. Sumbangan Parsial $X1 = 0,427 \times 0,490 = 0,2092$ atau 20,92%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan secara parsial memberikan kontribusi pengaruh sebesar 20,92% terhadap Kepuasan Nasabah.

c. Variabel Komunikasi Interpersonal (X2)

Diperoleh nilai Beta sebesar 0,480 dan nilai Zero-Order sebesar 0,530. Sumbangan Parsial $X2 = 0,480 \times 0,530 = 0,2578$ atau 25,78%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Komunikasi Interpersonal secara parsial memberikan kontribusi pengaruh sebesar 25,78% terhadap Kepuasan Nasabah.

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.683 ^a	.467	.454	2.712

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Interpersonal, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data olahan SPSS Versi 29, 2026

Berdasarkan Tabel 12, berdasarkan Tabel IV.19, diperoleh nilai R Square sebesar 0,467. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Komunikasi Interpersonal (X2) secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 46,7% terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Sementara itu, sebesar 53,3% merupakan kontribusi dari faktor atau variabel lain di luar model penelitian ini.

Uji Koefisien Regresi (Analisis Regresi Linier Berganda)

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Regresi

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.936	1.466		4.730	<,001
Kualitas Pelayanan	.194	.037	.427	5.274	<,001
Komunikasi Interpersonal	.186	.031	.480	5.937	<,001
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					

Sumber: Data olahan SPSS Versi 29, 2026

Berdasarkan nilai Unstandardized Coefficients pada kolom B, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 6,936 + 0,194X_1 + 0,186X_2$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 6,936

Nilai konstanta sebesar 6,936 menunjukkan bahwa apabila Kualitas Pelayanan (X1) dan Komunikasi Interpersonal (X2) dianggap konstan atau bernilai 0, maka Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai sebesar 6,936.

2. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (b_1) sebesar 0,194

Koefisien regresi Kualitas Pelayanan bernilai positif sebesar 0,194. Hal ini menunjukkan bahwa apabila Kualitas Pelayanan meningkat sebesar satu satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka Kepuasan Nasabah meningkat sebesar 0,194 satuan.

3. Koefisien regresi Komunikasi Interpersonal (b_2) sebesar 0,186

Koefisien regresi Komunikasi Interpersonal bernilai positif sebesar 0,186. Hal ini menunjukkan bahwa apabila Komunikasi Interpersonal meningkat sebesar satu satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka Kepuasan Nasabah meningkat sebesar 0,186 satuan.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 5,274 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,663 dan nilai signifikansi <0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Kualitas Pelayanan memberikan kontribusi pengaruh parsial sebesar 20,92% terhadap Kepuasan Nasabah.

Temuan tersebut sesuai dengan teori (Tjiptono dalam Pratama dan Budiarti, 2024) yang menyatakan bahwa lima indikator kualitas pelayanan, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, secara langsung membentuk kepuasan pelanggan. Ketika resepsionis sigap, sopan, dan tampil profesional, nasabah merasa dihargai dan puas. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Eliansyah dan Amin, 2023), (Marisa et al., 2023), dan (Faudji dan Wiyasa, 2024) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah asuransi.

Fakta di lapangan turut mendukung hasil tersebut. Resepsionis yang mampu mengarahkan nasabah ke bagian yang tepat dengan tepat dan sopan membuat nasabah merasa diperhatikan sejak awal kedatangan. Sebaliknya, ketika resepsionis tidak dibekali informasi yang memadai mengenai prosedur klaim, aspek keandalan dan daya tanggapnya menurun sehingga berdampak pada kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan pentingnya pembekalan yang memadai kepada resepsionis sebagai ujung tombak pelayanan pertama.

Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa Komunikasi Interpersonal (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Nilai t hitung sebesar 5,937 lebih besar dari t tabel sebesar 1,663 dan nilai signifikansi $<0,001$ lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, Ha2 diterima dan H02 ditolak. Komunikasi Interpersonal memberikan kontribusi pengaruh parsial sebesar 25,78%, lebih besar dibandingkan Kualitas Pelayanan sebesar 20,92%.

Temuan ini sesuai dengan teori (Thoha, 2013) dalam (Fandi Khanif Ismail, 2023) mengenai lima aspek komunikasi interpersonal yang efektif, yaitu keterbukaan, empati, dukungan, kepositifan, dan kesamaan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh (Haq et al., 2022), (Nurbany, 2022), (Fatimah et al., 2023), dan (Kartika et al., 2022) yang membuktikan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan dalam berbagai konteks layanan. Cara resepsionis berbicara, mendengarkan, dan bersikap menjadi bagian penting dalam membentuk kepuasan nasabah, khususnya nasabah yang datang untuk keperluan wawancara klaim.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian hipotesis ketiga melalui uji F menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Komunikasi Interpersonal (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Nilai F hitung sebesar 36,314 lebih besar dari F tabel sebesar 3,11 dan nilai signifikansi $<0,001$ lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, Ha3 diterima dan H03 ditolak.

Nilai R Square sebesar 0,467 menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Interpersonal secara bersama-sama mampu menjelaskan 46,7% variasi Kepuasan Nasabah, sedangkan 53,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 6,936 + 0,194X1 + 0,186X2$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Kepuasan Nasabah sebesar 0,194 satuan, sedangkan setiap peningkatan satu satuan Komunikasi Interpersonal akan meningkatkan Kepuasan Nasabah sebesar 0,186 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Dalam konteks PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia, resepsionis sebagai garda terdepan tidak hanya dituntut memiliki kemampuan komunikasi interpersonal yang hangat dan empatik, tetapi juga perlu memiliki pengetahuan prosedural yang memadai agar mampu memberikan pelayanan yang andal, responsif, dan meyakinkan. Hasil penelitian ini selaras dengan temuan (Haq, Lukmantoro dan Sunarto, 2022) dan (Fatimah et al., 2023) yang membuktikan bahwa komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia. Secara parsial, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan kontribusi sebesar 20,93%, sedangkan Komunikasi Interpersonal juga berpengaruh positif dan signifikan dengan kontribusi sebesar 25,78%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Komunikasi Interpersonal memberikan kontribusi yang lebih besar dibandingkan Kualitas Pelayanan dalam membentuk Kepuasan Nasabah. Secara simultan, Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai R Square sebesar 0,467, yang berarti kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 46,7% variasi Kepuasan Nasabah, sedangkan 53,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, peningkatan Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Interpersonal secara bersama-sama menjadi bagian penting dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, berikut saran yang dapat diberikan:

1. Bagi PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia

- Memberikan pembekalan secara rutin kepada resepsionis mengenai informasi, syarat, dan prosedur klaim agar pelayanan menjadi lebih andal dan responsif.
- Meningkatkan pelatihan komunikasi interpersonal, khususnya empati, *active listening*, dan bahasa tubuh positif.
- Menyediakan panduan singkat mengenai persyaratan klaim di meja resepsionis untuk membantu memberikan informasi kepada nasabah secara cepat dan tepat.
- Mengumpulkan umpan balik nasabah secara rutin sebagai bahan evaluasi dan perbaikan kualitas pelayanan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- Menambahkan variabel lain karena masih terdapat 53,3% faktor di luar model yang memengaruhi Kepuasan Nasabah.
- Memperluas cakupan penelitian ke kantor cabang di kota lain agar hasil penelitian dapat lebih digeneralisasi.
- Menggunakan pendekatan *mixed method* dengan menambahkan wawancara kepada nasabah dan resepsionis untuk memperoleh gambaran yang lebih lengkap.
- Mengeksplorasi variabel mediasi atau moderasi, seperti kepercayaan nasabah, dalam hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin & Tantri, F. (2018). *Manajemen Pemasaran hlm. 144*. PT RajaGrafindo Persada, Jakarta. <https://www.rajagrafindo.co.id/>
- Amal, A.U., Akbar, M., A. (2026). Komunikasi Interpersonal Customer Service dan Nasabah dalam Meningkatkan Pelayanan di Kantor Bank BNI Cabang Makassar. *Indonesia Berdaya*, 7, 89-98.
- DeVito, J. A. (2018). *Komunikasi Antarmanusia (Human Communication) - Edisi Kelima*. Karisma Publishing Group, Tangerang Selatan. <https://opac.perpusnas.go.id/>
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung. <https://www.rosdakarya.com/>

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10) (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indonesia, P. A. J. M. (2023). *Laporan Tahunan 2023* (Annual Report 2023). <https://www.manulife.co.id/id/tentang-kami/tentang-manulife/laporan-tahunan.html>
- Indonesia, P. A. J. M. (2024). *Manulife Indonesia*. <https://www.manulife.co.id/id/tentang-kami/tentang-manulife.html>
- Infobanknews. (2021). *Peduli nasabah, Manulife prioritaskan layanan*. Infobanknews. <https://infobanknews.com/peduli-nasabah-manulife-prioritaskan-layanan/>
- Institute, S. R. (2024). *World Insurance: Strengthening Global Resilience with a New Lease of Life* (Vol. 3). <https://www.swissre.com/institute/research/sigma-research/sigma-2024-03-world-insurance-global-resilience.html>
- Khanif Ismail, F. (2023). *Komunikasi Interpersonal Pengurus Mushola Arafah Pink Parepare Dalam Menarik Minat Belajar Membaca Al-Qur'an Bagi Jemaah Lansia*. <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/6243/1/17.3100.028.pdf>
- Kompas.id (Adv). (2025). *Kinerja solid Manulife Indonesia di 2024*. Kompas.Id (Adv). <https://adv.kompas.id/baca/manulife-indonesia-cetak-kinerja-solid-pada-2024-tegaskan-komitmen-berfokus-nasabah/>
- Kotler, P. (2017). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-13, Jilid 1 & 2). Erlangga, Jakarta. <https://www.gramedia.com/>
- Medcom.id. (2022). *Manulife cairkan klaim nasabah Rp8,9 triliun* (2021). Medcom.Id. <https://www.medcom.id/ekonomi/keuangan/ybDX37Zb-2021-manulife-indonesia-cairkan-klaim-nasabah-rp8-9-triliun>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Laporan Profil Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) Kuartal I-2024*.
- Pratama, Y. W., & Budiarti, A. (2024). *Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Pt . Pos Indonesia Cabang Surabaya Selatan (Persero). Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol. 13 No, 4*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta, Bandung. <https://cvalfabeta.com/product/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-rd-mpkk/>
- Thoha, M. (2013). *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Implikasinya*, hlm. 190. PT RajaGrafindo Persada (Rajawali Pers), Jakarta. <https://opac.perpusnas.go.id/>
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* hlm. 92 Edisi terbaru. Andi, Yogyakarta. <https://andipublisher.com/produk/detail/pemasaran-jasa-prinsip-penerapan-dan-penelitian-edisi-terbaru>
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (Edisi Terbaru). Andi, Yogyakarta. <https://www.gramedia.com/products/pemasaran-jasa-prinsip-penerapan-dan-penelitian-edisi-terb>
- Weningtyas, E., & Suseno, M. N. M. (2023). *Pengaruh komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi, 17(1), 33-42*.
- Yurianto, Andre Octo & Dewi, R. S. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nasabah Asuransi Unit Link PT. Prudential Life Assurance Semarang)*. Ilmu Administrasi Bisnis, 10, 753-761. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29776>