

ABSTRAKSI

Perubahan-perubahan dan perkembangan pasar yang terjadi saat ini merupakan dampak dari era globalisasi. Perubahan keadaan pasar yang semakin modern dan konsumen yang semakin pintar menyebabkan semakin berkembangnya sistem dalam suatu pasar dan semakin banyak faktor-faktor yang mempengaruhi dalam era globalisasi tersebut. Hal ini juga mempengaruhi persaingan dalam bisnis asuransi yang terjadi saat ini. Perusahaan-perusahaan asuransi mulai melakukan perbaikan dalam hal produk maupun sistem di dalam perusahaan. Saat ini produk proteksi plus investasi dengan sebutan *unit link* masih jadi primadona sebagai pendongkrak pendapatan perusahaan asuransi. Berdasarkan data yang diolah *Litbang Investor*, perolehan premi *unit link* sepanjang tahun 2006 mencapai Rp 6,9 triliun. Sementara pendapatan premi industri sebesar Rp 27,4 triliun. Porsi *unit link* mencapai 25,4% terhadap pendapatan premi seluruh perusahaan. Sedangkan pada tahun 2007 pertumbuhan premi asuransi jiwa nilainya menggelembung drastis dari Rp 26,5 triliun menjadi Rp 44,4 triliun, atau naik sebesar 67%. Angka ini jauh

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas *Relationship Marketing* terhadap *Customer Loyalty* pada PT. Prudential Ga Synergy cabang Indragiri Surabaya. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Sedangkan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan metode pengambilan sampel *Non Probability Sampling* dengan jenis *snowball sampling*. Skala pengukuran data yang digunakan adalah numerical scale.

Hasil hipotesis kerja diperoleh bahwa nilai t hitung untuk kualitas layanan sebesar 6,014. Maka t hitung signifikan lebih besar dari alpha (α) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Yang berarti bahwa *Relationship Marketing* (RM) mempengaruhi *Customer Loyalty* (CL) Prudential Ga Synergy cabang Indragiri di Surabaya. Nilai koefisien determinasi (R^2) dari hasil perhitungan diperoleh sebesar 0,270 atau 27% yang berarti bahwa variasi variabel *Relationship Marketing* mampu menjelaskan variasi variabel *Customer Loyalty* pada PT Prudential Ga Synergy cabang Indragiri di Surabaya.