

ABSTRAK

Asuransi jiwa merupakan suatu layanan jasa yang diberikan oleh perusahaan dalam penanggulangan risiko yang dikaitkan dengan jiwa atau meninggalnya seorang yang diasuransikan. Berdasarkan data OJK September 2016, program tersebut membuat literasi asuransi masyarakat Indonesia berada di 15.76% dan inklusif asuransinya 12.08%.

Dalam hal ini peneliti akan melakukan sebuah penelitian terhadap *salespeople* untuk mengembangkan loyalitas dari pelanggan. Pada peran *salespeople* yang akan diteliti ada dua faktor yaitu *salesperson characteristic* dan *relational selling behaviour*. *Salesperson characteristics* dan *relational selling behaviour* ini tidak berhubungan secara langsung terhadap *Customer Loyalty*, tetapi terjadi saat interaksi antara *salespeople* dengan *customer*. Dalam hal ini menunjukkan berapa lama hubungan pelanggan dengan perusahaan, berkaitan dengan *relationship quality* yang diberikan oleh *salespeople* terhadap pelanggan untuk tetap menggunakan suatu produk atau jasa yang telah dimiliki.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, menggunakan metode survei dengan bantuan kuesioner sebagai instrumen dalam mengumpulkan data responden sebanyak 200 sampel dengan ketentuan responden yang sudah memiliki atau menggunakan asuransi. Hasil dari analisis penelitian ini diuji menggunakan *Struktural Equation Modeling* (SEM), dengan bantuan aplikasi *AMOS 22 for Windows*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan, bahwa model yang diajukan memiliki nilai *poor fit*. Dengan hasil uji hipotesis yang dilakukan oleh peneliti, lima diantaranya memiliki hasil yang signifikan. Namun, ada satu hipotesis memiliki hasil yang tidak signifikan.

Kata kunci: Asuransi Jiwa, *Salespeople*, *Salesperson Characteristic*, *Relational Selling Behaviour*, *Relationship Quality*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*.