BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis dan pengujian model regresi yang telah dilakukan, maka akan dibahas tentang pengaruh variabel bebas yang berupa variasi produk dan jumlah premi terhadap minat nasabah PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung.

A. Pengaruh Variasi Produk terhadap Minat Nasabah di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung

Berdasarkan hasil statistik uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui dari tabel *Coefficients* bahwa nilai koefisien regresi variasi produk bernilai positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung, yang diketahui dengan cara membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel}. Dalam penelitian ini diperoleh hasil t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari α. Sehingga dari pengujian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung yang berarti H_1 diterima.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Ave Veronika Pelawi yang menganlisis pengaruh variasi produk terhadap minat beli konsumen pada grosir sembako UD. Pelawi Baleng. Dalam penelitiannya,

memperoleh hasil bahwa variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada grosir sembako UD. Pelawi Baleng [92] Dan penelitian yang dilakukan Yuliana yang menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh positif dan signifikan karena hasil perhitungan uji t terlihat variasi produk memiliki nilai probabilitas signifikan.[93]

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Suatu produk harus memilki keunggulan dari produk-produk yang lain. Baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.[94] Dan salah satunya dengan variasi produk, variasi produk merupakan keanekaragaman yang ada pada produk yang memiliki perbedaan-perbedaan yang dapat dilihat secara langsung dan dapat dibedakan secara kasat mata. Untuk menciptakan variasi dibutuhkan perbandingan antara satu produk dengan produk lain secara bersamaan, dimana dapat dilihat perbedaan ukuran dari ukuran produk yang kecil hingga ukuran produk yang besar sehingga pengguna dapat membandingkan ukuran yang berbeda dan yang pasti akan mempengaruhi harga jualnya pula. Dalam

---

[92] Ave Veronika Pelawi, *Pengaruh Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Grosir Sembako Ud.Pelawi (Studi Pada Ud.Pelawi Lau Baleng*), (Sumatera Utara : Univesutas Sumatera Utara, 2018), dalam http://unpad.ac.id/AdbBispreneur, diakses pada 1 November 2019.

[93] Yuliana, *Pengaruh Variasi Produk dan Display Terhadap Minat Konsumen Mulsim di Toko Bandung Jawana Elrina,* (Semarang : Univesutas Islam Negeri Walisongo, 2005), dalam http://eprints.walisongo.ac.id. diakses pada 5 November 2019.

[94] Abdullah Amrin, *Asuransi Syariah*…, hlm. 108.

variasi produk harus memperimbangkan hal-hal yang meliputi merk produk, kelengkapan produk, ukuran produk, kualitas produk.

Jadi, penelitian ini dapat dijelaskan bahwa variasi produk merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, karena variasi produk (keberagaman produk) yang dijual akan mempermudah pelanggan untuk mencari alternatif kebutuhannya dan akan menimbulkan minat menjadi nasabah. Semakin banyak pilihan variasi produk asuransi yang ditawarkan oleh PT. Auransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung akan semakin tinggi minat untuk menjadi nasabah. Hal ini jiga terbukti bahwa di PT. Asuransi Jiwa Syariah Tulungagung terdapat beberapa produk yang ditawarkan dan saat ini produk yang paling diminati oleh nasabah adalah program mitra mabrur plus dan mitra iqra' plus.

B. Penagaruh Jumlah Premi terhadap Minat Nasabh di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung

Berdasarkan hasil statistik uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui dari tabel *Coefficients* bahwa nilai koefisien regresi jumlah premi bernilai positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung, yang diketahui dengan cara membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel}. Dalam penelitian ini diperoleh hasil t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari α. Sehingga dari pengujian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa jumlah premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung yang berarti H_1 diterima.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahya Minatiningsih, bahwa premi asuransi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Artinya pengaruh variabel premi yang tinggi sehingga dapat meningkatkan daya minat seorang nasabah dalam menggunakan jasa asuransi.[95]

Premi merupakan pembayaran sejumlah uang yang dilakukan pihak tertanggung kepada penanggung untuk mengganti suatu kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan akibat timbulnya perjanjian atas pemindahan resiko dari tertanggung kepada penanggung *(transfer of risk)*. Unsur premi pada asuransi syariah terdiri dari unsur *tabarru'* dan tabungan (untuk asuransin jiwa, unsur *tabarru* pada asuransi jiwa, perhitungannya diambil dari tabel mortalitas (harapan hidup), yang besarnya tergantung panjang masa perjanjian, maka semakin besar nilai *tabarru'*. [96]

Dalam penelitian ini variabel jumlah premi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung, karena jumlah premi yang ditawarkan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung sangat terjangkau, sesuai dengan kemampuan calon nasabah untuk menjadi nasabah asuransi tersebut, sehingga nasabah dari kalangan menengah ke bawah mampu dan tidak keberatan untuk membayar uang premi tersebut, mereka sadar bahwa asuransi itu penting karena untuk meminimalisi terjadinya karugian yang akan datang.

---

[95] Cahya Minatiningsih, *Pengaruh Premi Asuransi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah AJB Bumiputera 1912 Syari'ah Kantor Cabang Purwokerto*, (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016). dalam https://digilib.uin,-suka.ac.id, diakses pada 05 November 2018.

[96] Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and General)…*,hlm. 311.

C. Pengaruh Variasi Produk dan Jumlah Premi Terhapap Minat Nasabah di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan menggunakan *SPSS 21* sesuai dengan uji-f pada tabel ANOVA atau uji F didapat F_{hitung}, hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independen (variasi produk dan jumlah premi) secara silmutan atau bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (minat nasabah) di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa menolak H_0 dan menerima H3.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Dessy Arum Kusumawati, bahwa produk dan premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat preferensi nasabah Asuransi Jiwa Bersama Syariah 1912 cabang Surakarta.

Dalam hal ini, antara varaiasi produk dan jumlah premi sama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung. Variasi produk yang ditawarkan mampu meningkatkan minat nasabah begitupun dengan jumlah premi yang tetapkan.

D. Faktor paling berpengaruh dominan diantara Variasi Produk dan Jumlah Premi Terhadap Minat Nasabah PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung

Berdasarkan hasil uji dominanan sumbangan efektif dan sumbangan relatif untuk variasi produk memiliki sumbangan yang besar dibandingkan dengan Jumlah Premi. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variasi produk memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat nasabah dibandingkan dengan jumlah premi.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Achmad Zainul Arif, yang meynatakan bahwa keragaman produk (variasi produk) merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat, dibandingkan dengan kualitas produk, harga, dan lokasi. [97] Keragaman produk (variasi produk) merupakan variabel yang paling dominan. Dalam penelitian ini harga dikaitkan dengan jumlah premi.

Jadi dalam penelitian ini variasi produk merupakan salah satu komponen yang paling penting dalam pemasaran, produk yang bervariasi akan mempengaruhi minat konsumen karena produk yang bervariasi akan memberikan persepsi yang lebih lengkap dan menarik bagi konsumen. Sehingga dapat meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan produk asuransi syariah.

---

[97] Achmad Zainur Arif, *Pengaruh keragaman produk, kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap Minat beli konsumen di pasar pabean Surabaya,* (Surabaya : Universitas Norotama Surabaya), 2016, dalam http://karyailiah.narotama.ac.id, diakses pada 09 November 2018.