

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Tulungagung.

Asuransi Jiwa Bersama Bumiputra 1912 atau lebih dikenal sebagai AJB Bumiputra 1912 adalah perusahaan asuransi jiwa nasional milik Bangsa Indonesia yang pertama dan tertua. Didirikan pada tanggal 12 Februari 1912 di Magelang Jawa Tengah atas prakara seorang guru sederhana bernama M.Ng Dwidjosewojo seorang Sekertaris Persatuan Guru Hindia Belanda (PGHB) sekaligus Sekertaris Pengurus Besar Budi Utomo.

Gagasan pendirian perusahaan asuransi jiwa ini, terdorong oleh keprihatinan mendalam terhadap nasib para guru bumiputra (pribumi).¹ Ia vmencetuskan gagasannya pertama kali dalam kongres Budi Utomo tahun 1910. Kemudian baru terealisasi menjadi Badan Usaha sebagai salah satu keputusan kongres pertama PGHB di Magelang tanggal 12 Februari 1912. Dalam keputusannya M.Ng Dwidjosewojo bertindak sebagai Presden komisaris dan dibantu oleh M. K.H Soebroto sebagai Direktur dan M. Adimidjojo sebagai bendahara. Ketiga orang inilah yang kemudian dikenal sebagai “tiga serangkai”

¹ Dokumentasi (AJB Bumiputra 1912 Syariah).DI. tanggal 17 maret 2015

pendiri Bumiputra, sekaligus sebagai peletak batu pertama perusahaan asuransi nasional Indonesia.²

Tidak seperti perusahaan perseroan terbatas (PT) yang kepemilikannya hanya oleh pemodal tertentu. Sejak awal pendirian Bumiputra sudah menganut sistem kepemilikan dan penguasaan yang unik, yakni bentuk badan usaha “*mutual*” atau “usaha bersama”. Semua pemegang polis adalah pemilik perusahaan yang mempercayakan wakil-wakil mereka di Badan Perwakilan Anggota (BPA) untuk mengawasi jalannya perusahaan.

Perjalanan Bumiputra yang semula bernama *Onderlinge Levensverzekering Maatschapij PGHB* (O.I.Mij.PGHB) kini mencapai 9 dasawarsa (tepatnya 98 tahun). Perjalanan panjang itu tentu saja tidak terlepas dari pasang surutnya suatu perusahaan. Memasuki millenium ketiga, Bumiputra mempunyai jaringan lebih dari 600 kantor yang tersebar diseluruh plosok Indonesia.³

Pada tahun 2002 AJB Bumiputra 1912 (konvensional) memenangkan tender dari pemerintah untuk mencover Asuransi Perjalanan Haji wilayah Indonesia pada tahun 2002/2003. Salah satu alasan AJB Bumiputra 1912 terpilih adalah merupakan perusahaan asuransi yang memiliki kantor cabangnya terbesar diseluruh Indonesia yang jumlahnya lebih dari 600 kantor cabang. ⁴

² *Lahirnya Bumiputra*. <http://bumiputra.com/content.php?id=44> tanggal 17 maret 2015

³ Dokumentasi (AJB Bumiputra 1912 Syariah).D2. tanggal. 17 maret 2015

⁴ Purwadi,(Kepala Unit Operasional Bumiputra Syariah Tulungagung).FI.W.I tanggal 18 maret 2015

Alasan dilaksanakannya asuransi perjalanan haji ini dari pemerintah karena pemerintahan melihat tidak adanya asuransi (pihak yang menanggung) terhadap biaya-biaya penguburan dan sebagainya bagi para jama'ah haji Indonesia yang meninggal di tanah suci Mekkah sehingga dengan adanya asuransi ini diharapkan jama'ah haji Indonesia yang meninggal dapat terurus dengan layak. Dalam asuransi perjalanan haji ini dengan masa asuransi selama 42 hari dan tiap-tiap jamaah membayar premi sebesar Rp.120,00,00 dana yang masuk benar-benar disendirikan sehingga tidak tercampur dengan premi asuransi lainnya. Dengan jaminan sebagai berikut :

- a. Jika peserta meninggal dunia akibat kecelakaan seperti : terinjak, terkena runtuhan, terjepit, kecelakaan kendaraan dan sebagainya maka ahli waris akan mendapat santunan sebesar Rp.44jt
- b. Jika peserta meninggal dunia karena sakit bawaan, maka ahli waris mendapat santunan sebesar rp.27jt

Pada tahun pertama mengelola asuransi perjalanan haji ini, AJB Bumiputra 1912 mendapatkan income dari seluruh kantor cabang Indonesia sebesar Rp.10,4 Miliar. Dimana dana tersebut digunakan untuk membayar klaim sebanyak 556 jamaah haji meninggal sebesar Rp. 5,4 Miliar sehingga dana tersisa Rp. 5 M. Dengan sisa dana sebesar Rp. 5 Miliar itulah AJB Bumiputra berinisiatif mendirikan cabang Syariah. Dana tersebut digunakan sebagai modal awal untuk mendirikan Asuransi Jiwa Syariah pada tahun 2003.

Asuransi jiwa Syariah AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Tulungagung mulai berdiri pada tanggal 1 juni 2008 dan merupakan cabang pembantu dari Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputra 1912 kantor Cabang kediri.

Masyarakat Tulungagung mayoritas bermata pencarian di bidang pertanian, peternakan, perdagangan, industri, kecil menengah juga sebagai Pegawai Negeri dan mayoritas beragama Islam sehingga mitra bisnis dalam berasuransi syari'ah baik sebagai agen produksi maupun nasabah tersedia cukup banyak. Untuk itu Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Tulungagung hadir sebagai perusahaan asuransi syariah pertama di tulungagung dan akan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik sebagai mitra bisnis sekaligus untuk menciptakan ukhuwah islamiyah.

2. Visi dan Misi Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Tulungagung.

a. Visi

Visi Bumiputra adalah ingin menjadi Asuransi Bangsa Indonesia.

b. Misi

Menjadikan Bumiputra senantiasa berada di benak dan dihati masyarakat Indonesia dengan :

- Memelihara keberadaan Bumiputra sebagai perusahaan perjuangan bangsa Indonesia.
- Mengembangkan korporasi dan kopersi yang menerapkan prinsip dasar gotong-royong.

- Menciptakan berbagai produk dan layanan yang memberikan manfaat optimal bagi komunitas Bumiputra.
- Mewujudkan perusahaan yang berhasil secara ekonomi dan sosial.⁵

3. Falsafah Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Tulungagung.

Dalam menjalankan roda perusahaan manajemen dan karyawan bumiputra mengacu pada falsafah perusahaan diantaranya :

a. Idealisme

Senantiasa memelihara nilai-nilai perjuangan dalam mengangkat kemartabatan anak bangsa sesuai sejarah pendirian Bumiputra sebagai perusahaan perjuangan.

b. Mutualisme (kebersamaan)

Mengedepankan sistem kebersamaan dalam pengelolaan perusahaan dengan memberdayakan potensi komunitas Bumiputra dari, dan untuk komunitas Bumiputra sebagai manifestasi perusahaan rakyat.

c. Profesionalisme

Memiliki komitmen dalam pengelolaan perusahaan dengan mengedepankan tata kelola perusahaan yang baik (*good cooperate govermance*) senantiasa berusaha menyesuaikan diri terhadap tuntutan perubahan lingkungan.⁶

4. Budaya perusahaan Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Tulungagung.

- a. Berorientasi pada kepuasan pelayanan

⁵ Dokumen (AJB Bumiputera 1912 Syariah) D3 pada tanggal 18 maret 2015

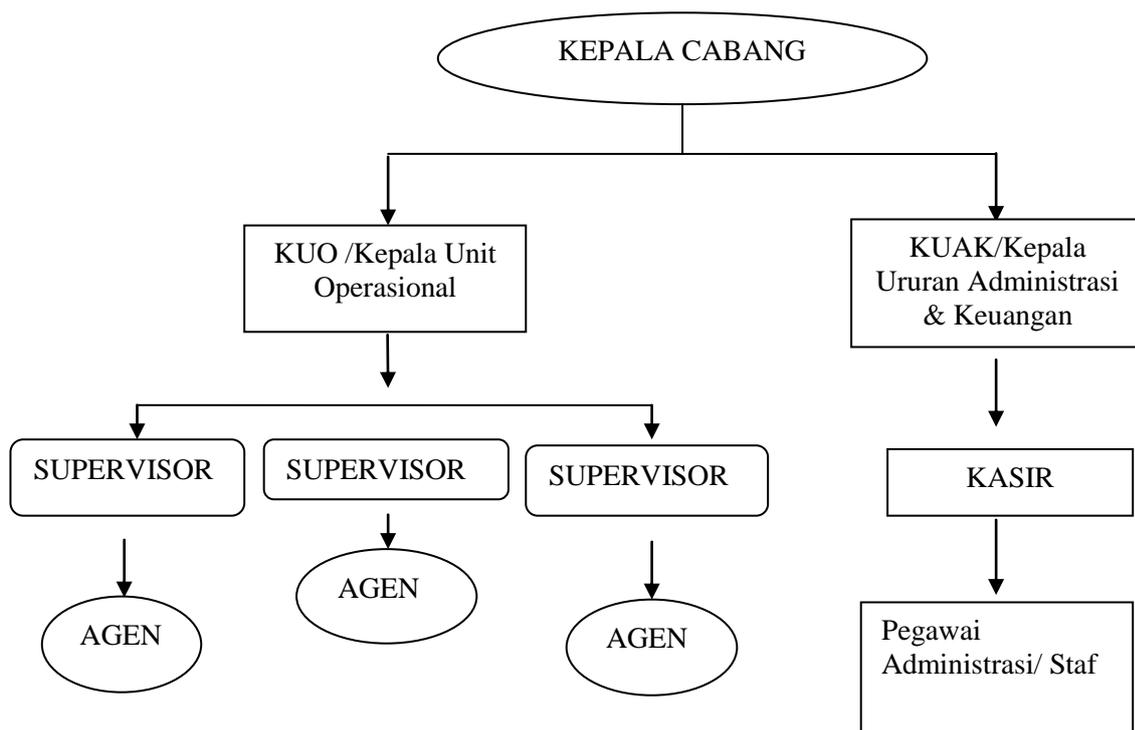
⁶ Dokumen (AJB Bumiputera 1912 Syariah) D4 pada tanggal 18 maret 2015

- b. Utamakan proses kerja yang benar
- c. Menjadi teladan dan panutan
- d. Ikut menjaga tradisi kebersamaan didasari rasa memiliki perusahaan.
- e. Profitabilitas menjadi sasaran
- f. Ulet dalam melakukan pekerjaan
- g. Taat terhadap Tuhan Yang Maha Esa
- h. Efesien dan Efektif dalam segala kegiatan
- i. Ramah dan tulus ikhlas terhadap rekan kerja
- j. Amanah dalam mengemban tugas perusahaan

5. Struktur Organisasi dan Job Discription Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Tulungagung

Gambar 4.1

Struktur organisasi Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Tulungagung



Dari masing-masing bagian tersebut mereka memiliki tugas dan wewenang yang berbeda diantaranya :

Kepala cabang bertugas sebagai :

- Mempunyai wewenang tertinggi dan bertanggung jawab pada seluruh kegiatan operasional kegiatan perusahaan di kantor cabang.

KUO/Kepala Unit Operasional bertugas sebagai :

- Mempunyai wewenang untuk memantau jalannya kegiatan didalam suatu perusahaan dan bertanggung jawab seluruh kegiatan operasional kegiatan perusahaan.
- Recheck produksi

KUAK/ Kepala Ururan Administrasi dan Keuangan, mencakup kasir dan pegawai administrasi bertugas :

- Menerima dan membukukan setoran premi pertama
- Meneliti dan verifikasi SP & kelengkapannya
- Mengentry data SP yang telah diverifikasi
- SP medical dan kelengkapannya ke kantor pusat departemen pertanggung

Supervisor bertugas :

- Menerima kebenaran pengisian SP & kelengkapannya
- Recheck produksi

Agen bertugas :

- Melakukan pengamatan kesehatan fisik calon tertanggung
- Menaksir nilai ekonomis sesuatu dengan nilai tingkat profesionalisme calon tertanggung

- Kelayakan keuangan calon pemegang polis
- Memandu pemegang polis dalam pengisian SP
- Melengkapai SP sesuai dengan pengamatan.⁷

6. Letak Geografis Asuransi jiwa Syariah AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Tulungagung

Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Tulungagung berlokasi di jalan jendral Suderman No. 76C tulungagung dengan Nomor Telepon (0355) 331672. Berada di pusat kota Tulungagung tepatnya pada jalur kabupaten yang menghubungkan antara Tulungagung – kediri serta letaknya yang strategis dan mudah dijangkau dari segala arah manapun. Letak kantornya sementara masih berada satu gedung dengan kantor AJB Bumiputra 1912 cabang Tulungagung (kantor konvensional)

7. Produk-produk Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Tulungagung.

Produk-produk yang ditawarkan oleh Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputra 1912 kantor Operasional Tulungagung antara lain adalah sebagai berikut :

a. Asuransi Jiwa Syari'ah Mitra Mabror Plus

Adalah program asuransi syariah Bumiputra untuk membantu umat islam merencanakan tabungan dana hari tua. Dengan tujuan melaksanakan ibadah haji. Dengan *Mitra MabrorPlus*, Bumiputra tidak hanya membantu menyisihkan dana

⁷ Dokumen (AJB Bumiputera 1912 Syariah) D5 pada tanggal 18 maret 2015

tabungan haji secara teratur, tetapi juga menawarkan dana *Mudharabah* (bagi hasil) dan terutama perlindungan (asuransi).

Untuk melaksanakan ibadah haji diperlukan persiapan dana yang relatif besar sehingga diperlukan upaya perencanaan keuangan yang baik melalui produk Asuransi Jiwa Syariah *Mitra Mabru Plus* ini. Jenis produk ini adalah bentuk gabungan antara unsur tabungan dengan tolong menolong dalam menanggulangi musibah kematian.

Premi produk *Mitra Mabru Plus* ini terdiri dari :

- Premi tabungan. Yaitu bagian premi yang merupakan dana tabungan pemegang polis/peserta yang dikelola perusahaan dan pemiliknya akan mendapatkan bagi hasil (*Mudharabah*) dari pendapatan investasi bersih. Premi tabungan dan hak bagi hasil akan dikembalikan kepada peserta bila masa perjanjian telah berakhir atau peserta berhenti sebagai peserta.
- Premi Tabaru', yaitu sejumlah dana yang dihibahkan oleh pemegang polis/peserta dan digunakan untuk tolong menolong dalam menanggulangi musibah kematian yang akan dibayarkan kepada ahli waris bila peserta meninggal dunia sebelum masa kontrak habis.
- Premi Biaya sejumlah dana yang dibayarkan oleh peserta kepada perusahaan yang digunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan dalam rangka pengelolaan dana Asuransi Jiwa Syariah.

b. Asuransi Jiwa Syariah Mitra Iqra' Plus

Produk ini membantu masyarakat untuk merencanakan tabungan untuk keperluan dana pendidikan putra-putri mereka. Seperti kita ketahui bahwa

semakin tahun ketahun dana pendidikan tidaklah sedikit/ tidaklah murah, apalagi jika menginginkan sekolah ditempat yang vaforit berkualitas bagus tentunya dana yang dikeluarkan juga tidaklah murah. Maka para orang tua perlu perencanaan dana pendidikan sejak dini jika menginginkan pendidikan yang bagus dan berkualitas yang paling penting berkelanjutan bagi putra-putri mereka.

Dengan *Mitra Iqra' plus* ini Bumiputra mengajak para orang tua untuk menabung secara teratur sekaligus berinvestasi bagi kelangsungan pendidikan putra-putri mereka. Unsur proteksi (asuransi) juga membuat para orang tua merasa tentram jika suatu saat musibah kematian menimpah mereka, karena pendidikan putra-putri mereka akan ditanggung sepenuhnya oleh bumiputra. Premi produk Asuransi Mitra Iqra' Plus ini terdiri dari premi tabungan, premi tabarru', dan premi biaya.

c. Produk Asuransi Jiwa Syariah *Mitra Amanah*.

Produk ini membantu masyarakat untuk mewujudkan keluarga yang sakinah dan sejahterah. Keluarga sakinah merupakan dambaan semua keluarga, meskipun upaya kearah itu tidak selalu mudah selain berikhtiar dan beribadah setiap orang perlu melakukan upaya riil yang bisa membantu mewujudkan cita-cita tersebut. Salah satu upaya tersebut adalah dengan mempersiapkan aspek finansial yang bisa menompang kehidupan keluarga secara trencana.

Mitra Amanah, Bumiputra membantu perencanaan financial khususnya dalam mempersiapkan hari tua. Melalui program *Mitra Amanah* ini diharapkan peserta asuransi tidak lagi terganggu dengan perekonomian.

Mitrah Amanah merupakan gabungan antara unsur tabungan, perlindungan asuransi (poteksi) dan investasi. Keunikan produk ini adalah masa pembayaran preminya tiga tahun lebih pendek dibandingkan dengan masa asuransinya. Premi produk Asuransi Syariah Mitra Amanah terdiri dari premi tabungan, premi tabaru' dan premi biaya.

8. Strategi Pemasaran Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Tulungagung.

Asuransi Syariah AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Tulungagung diawal berdirinya memperkenalkan produknya diwilayah Tulungagung dan sekitarnya bahkan sekarang kebanyakan target yang dicapai kebanyakan luar Tulungagung seperti Tenggalek daerah pedalaman malah dengan antusias dengan adanya Asuransi tersebut. Sebenarnya pada daerah Tulungagung yang menjadi target pemasaran pada awal memperkenalkan produknya diwilayah-wilayah seperti pondok pesantren, Lembaga-lembaga Pendidikan Islam, serta Yayasan Oraganisasi Islam. Hal ini dilakukan sebelum diperkenalkannya pada masyarakat umum agar masyarakat lebih yakin dan percaya bahwa program syariah ini memang benar-benar telah sesuai dengan syariat islam yang bisa membawa manfaat bagi pesertanya baik didunia maupun diakhirat.

Pengenalan di lembaga-lembaga dan Ormas Islam ternyata hasilnya cukup memuaskan karena memang mereka menunggu suatu informasi ang berbasis syariah. Terbukti dengan banyak dari mereka yang tadinya enggan berasuransi menjadi tertarik dengan program tersebut.

Begitu juga ketika diperkenalkan dimasyarakat umum banyak yang antusias dengan adanya asuransi ini. Bagi mereka yang awalnya enggan berasuransi karena dianggap merugikan, selain itu juga enggan karena terhadap kabar bahwa kebanyakan ada para agen yang berkerja hanya mencari keuntungan pribadinya. Tetapi bahkan sekarang kebanyakan non muslim pun juga tertarik dengan produk syariah karena mereka (non-muslim) menganggap asuransi syariah ini lebih menguntungkan bagi mereka. 8

Dari ketiga produk yang ditawarkan baik melalui tatapmuka langsung, publikasi pada acara-acara seperti acara rapat dinas, arisan, yasinan, posyandu dll, produk yang paling diminati masyarakat adalah produk Mitra Iqro' atau lebih dikenal dengan asuransi pendidikan. Selain itu biasanya masyarakat malah apa yang ditawarkan oleh agen Asuransi Syariah iya itu yang mereka untuk dijadikan pilihan.

Bukan menutup kemungkinan bahwa yang berasuransi di Asuransi ini tidak mengalami hambatan-hambatan, tentunya ada hambatan-hambatan yang dialami salah satunya adalah nasabah macet dalam pembayaran premi sehingga mereka berhenti sementara. Selain itu juga adanya nasabah yang mengundurkan diri sebelum akhir masa kontrak dan diambil berdasarkan nilai tunai. Berdasarkan kejadian ini pihak marketing atau pemasar menjadi lebih berhati-hati dalam mencari nasabah yang mempunyai penghasilan tetap ataupun pengusaha yang sudah sukses yang tidak adanya tanda-tanda menuju kebangkrutan. Selain itu

8 Dokumentasi (Agen Pemasaran Bumiputera Syariah Tulungagung) pada tanggal 18 tanggal 2015

semakin berkembangnya asuransi syariah juga ada lembaga keuangan banyak yang bermunculan dengan nama-nama atau berlogo dengan syariat islam, maka hal tersebut juga menjadi hambatan yang dihadapi karena banyaknya persaingan, selain itu juga mengantisipasi adanya petugas yang nakal seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa masih ada para agen yang mementingkan kepentingan pribadi sehingga dia tidak memperdulikan pekerjaan atau jabatan yang sudah diberikan oleh perusahaan.

Upaya hambatan yang dilakukan pihak perusahaan memberikan himbuan agar disiplin untuk nasabah karyawan lebih disiplin.⁹

B. ANALISIS KARAKTERISTIK PROFIL RESPONDEN

Berdasarkan hasil penelitian yang ada beberapa gambaran mengenai karakteristik dari para nasabah Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputra 1912 kantor Unit Operasional Tulungagung yang menjadikan responden dalam penggalian data menggunakan angket. Disini peneliti mengemukakan karakteristik tersebut berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat pendidikan terakhir, penghasilan perbulan dan pengeluaran perbulan.

a. Usia

Berdasarkan distribusi frekuensi usia responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini seperti yang dicantumkan dalam tabel berikut :

⁹ Dokumentasi (Supervisor Bumiputera Syariah) tanggal 18 maret 2015

Tabel 4.1
Distribusi frekuensi berdasarkan usia

Usia	Responden	Prosentase (%)
<20 th	0	0%
20-30 th	4	10,8%
30-40 th	9	24,3%
40-50 th	16	43,2%
>50 th	8	21,6%
Total	37 orang	100%

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa responden yang berusia <20 th adalah tidak ada atau 0 %, responden yang berusia 20-30th adalah 4 orang atau 10% dari jumlah responden, responden yang berusia 30-40 th adalah 9 orang atau 24% dari jumlah responden, responden yang berusia 40-50 th 16 orang atau 43% dari jumlah responden, dan responden yang berusia >50 th adalah 8 orang atau 21% dari jumlah responden.

Dengan demikian kelompok yang paling dominan yang berasuransi di Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Tulungagung adalah kelompok usia 30-40 th dengan jumlah responden 16 orang atau 43% dari jumlah responden yang berhasil di teliti. Dan diberi angket.

Dari hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh dari faktor usia terhadap keputusan nasabah Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera Tulungagung. Hal demikian dikarenakan membeli asuransi jiwa syariah di usia tersebut dan masih

sehat adalah cara terbaik untuk memastikan seorang individu memiliki perlindungan asuransi jiwa sepanjang hidup.

b. Jenis Kelamin

Berdasarkan distribusi frekuensi jenis kelamin responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini seperti yang dicantumkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.2

Distribusi frekuensi berdasarkan jenis kelamin

jenis kelamin	Responden	Prosentase (%)
Laki-laki	18 orang	48,6%
Perempuan	19 orang	51,3%
Total	37orang	100%

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, maka dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 18 orang atau 48% dari jumlah responden, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan adalah sebanyak 19 orang responden atau 51% dari jumlah responden. Dengan demikian maka karakteristik responden dalam jenis kelamin yang paling dominan yaitu jenis kelamin perempuan karena prosentase dari dari jumlah respondennya lebih banyak.

c. Pekerjaan

Berdasarkan distribusi frekuensi pekerjaan responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini seperti yang dicantumkan dalam tabel berikut :

Tabel 4.3**Distribusi frekuensi berdasarkan pekerjaan**

Pekerjaan	Responden	Prosentase (%)
Pegawai Swasta	11 orang	29,7%
PNS/TNI	12 orang	32,%
Wiraswasta	5 orang	13,5%
Ibu rumah tangga	3 orang	8,1%
Pedagang	2 orang	5,4%
Lain-lain	4 orang	10,8%
Total	37 orang	100%

Berdasarkan prosentase pada tabel 4.3 diatas maka jumlah responden yang pekerjaannya sebagai pegawai swasta adalah 11 orang atau 29% dari jumlah responden, responden yang pekerjaannya sebagai PNS/TNI yaitu 12 orang atau 32% dari jumlah responden, sedangkan responden yang pekerjaannya wiraswasta sebanyak 5 orang atau 13 % dari jumlah responden, responden yang pekerjaannya sebagai ibu rumah tangga adalah 3 orang atau 8% dari jumlah responden, responden yang pekerjaannya sebagai pedagang yaitu 4 orang atau 10% dari jumlah responden, responden sebagai lain-lain misalnya perangkat desa adalah 2 orang atau 5% dari jumlah responden.

Dengan demikian kelompok yang paling dominan yang berasuransi di Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera 1912 kantor Operasional Tulungagung adalah kelompok pekerjaan wiraswasta dengan jumlah responden 12 orang atau 32% dari jumlah responden yang ada.

d. Tingkat Pendidikan Terakhir

Berdasarkan distribusi frekuensi tingkat pendidikan terakhir responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini seperti yang dicantumkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.4

Distribusi frekuensi berdasarkan tingkat pendidikan terakhir

Tingkat pendidikan terakhir	Responden	Prosentase
SD atau Sederajat	3 orang	8,1%
SMP atau Sederajat	6 orang	16,2%
SMA atau Sederajat	8 orang	21,6%
Sarjana	20 orang	54,0%
Lain-lain	0 orang	0%
Total	37 orang	100%

Berdasarkan tabel 4.4 diatas bahwa dapat diketahui responden yang memiliki tingkat pendidikan terakhir SD atau Sederajat adalah 3 orang atau 8% dari jumlah responden, responden tingkat pendidikan terakhir SMP/Sederajat adalah sebanyak 6 orang atau 16% dari jumlah responden, sedangkan responden tingkat pendidikan terakhir SMA/ Sederajat adalah 8 orang atau 21% dari jumlah responden, responden pendidikan terakhir SARJANA sebanyak 20 orang atau 54% dari jumlah responden, responden yang memiliki tingkat pendidikan lain-lain adalah tidak ada atau 0 % dari jumlah responden.

Dengan demikian kelompok yang paling dominan yang berasuransi di Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Tulungagung adalah kelompok yang memiliki tingkat prosentase pendidikan terakhir sarjana dengan jumlah responden 20 orang atau 54% dari jumlah responden.

e. Penghasilan perbulan

Berdasarkan distribusi frekuensi penghasilan perbulan responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini seperti yang dicantumkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.5

Distribusi frekuensi berdasarkan penghasilan perbulan

Penghasilan perbulan	Responden	Prosentase
<Rp.1.000.000,00	1 orang	2,7%
Rp 1.000.000,00 - Rp 2.000.000,00	15 orang	40,5%
Rp 2.000.000,00 - Rp 3.000.000,00	15 orang	40,5%
Rp 3.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	5 orang	13,5%
Rp 4.000.000,00 - Rp 5.000.000,00	1 orang	2,7%
>Rp 5.000.000,00	0 orang	0%
Total	37 orang	100%

Berdasarkan tabel 4.5 diatas maka jumlah responden yang berpenghasilan perbulan < Rp 1.000.000,00 sebanyak 1 orang atau 2% dari jumlah responden, responden yang penghasilan perbulan Rp. 1.000.000,00 – Rp. 2.000.000,00 sebanyak 15 orang atau 40% dari jumlah responden, responden yang penghasilannya Rp.2.000.000,00 – Rp. 3.000.000,00 sebanyak 15 orang atau 40%

dari jumlah responden, sedangkan yang berpenghasilan perbulan Rp. 3.000.000,00 – Rp. 4.000.000,00 adalah 5 orang atau 13% dari jumlah responden, responden penghasilan perbulan Rp. 4.000.000,00 – Rp. 5.000.000 adalah 1 orang atau 2% dari jumlah responden, sedangkan yang penghasilannya perbulan > dari Rp. 5.000.000,00 adalah tidak ada atau 0% dari jumlah responden.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada yang paling dominan hasil prosentase dari penghasilan perbulan karena pada jumlah prosentasenya hasilnya sama penghasilan perbulan Rp. 1.000.000,00 – Rp 2.000.000,00 sebanyak 15 orang atau 40% dari jumlah responden sama dengan yang berpenghasilan perbulan Rp. 2.000.000,00 – Rp 3.000.000,00 sebanyak 15 orang atau 40% dari jumlah responden juga.

f. Pengeluaran perbulan

Berdasarkan distribusi frekuensi pengeluaran perbulan responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini seperti yang dicantumkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.6
Distribusi frekuensi berdasarkan pengeluaran perbulan

Pengeluaran perbulan	Responden	Prosentase
< Rp 900.000,00	3 orang	8,1%
Rp 900.000,00 - Rp 1.500.000,00	16 orang	43,2%
Rp 1.500.000,00 - Rp 2.000.000,00	14 orang	37,8%
Rp 2.000.000,00 – Rp 2.500.000,00	3 orang	8,1%
Rp 2.500.000,00 - Rp 3.000.000,00	1 orang	2,7%
>Rp 3.000.000,00	0 orang	0%
Total	37 orang	100%

Berdasarkan tabel 4.6 diatas maka pengeluaran perbulan < Rp 900.000,00 adalah 3 orang atau 8% dari jumlah responden, responden Rp 900.000,00 – Rp 1.500.000,00 sebanyak 16 orang atau 43% dari jumlah responden, responden yang pengeluaran perbulan 1.500.000,00 – Rp 2.000.000,00 yaitu 14 orang atau 37% dari jumlah responden, responden yang pengeluarannya 2.000.000,00 – Rp 2.500.000,00 yaitu 3 orang atau 8% dari jumlah responden, sedangkan responden yang pengeluarannya Rp 2.500.000,00 – Rp 3.000.000,00 yaitu 1 orang atau 2% dari jumlah responden, yang berpengeluaran perbulan > 3.000.000,00 perbulan tidak ada atau 0% dari jumlah responden.

Demikian prosentase yang telah ada diatas maka dapat disimpulkan bahwa yang paling dominan berpengeluaran perbulan Rp 900.000,00 – Rp 1.500.000,00 dengan responden 16 orang atau 43% dari jumlah responden.

Setelah melakukan penelitian di lapangan peneliti memperoleh data-data mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Tulungagung. Data ini diperoleh melalui penyebaran angket kepada responden yang merupakan nasabah dari Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Tulungagung sebenarnya sejumlah 50 angket yang disebar namun yang saya dapat uji hanya sejumlah 37 orang atau 10% dari jumlah nasabah keseluruhan atau sesuai dengan jumlah sampel yang ditetapkan. Berikut adalah hasil jawaban terhadap jawaban responden pada pertanyaan angket yang disebar sebanyak 15 variable X terhadap Y dengan jumlah soal 30 item. Dengan menganalisa faktor-faktor tersebut dilalui beberapa tahapan diantaranya :

C. ANALISIS DATA

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap item atau instrumen (bisa pertanyaan atau pertanyaan) benar-benar mampu mengungkap faktor yang akan dikur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu faktor.

Dalam penelitian ini kriteria dari validitas yaitu bila koefisien korelasi masing-masing pertanyaan sama atau lebih besar dari 0,3 maka butir instrumen tersebut dinyatakan valid, seperti yang dijelaskan oleh Wibowo(2004), Sayutthi (2005) dan Sugiyono (2004) yang menyatakan bila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 keatas maka faktor tersebut merupakan *contract* yang kuat.10

Berdasarkan jendela *Item-Total Statistics* nilai *Corrected Item-Total Correlation* untuk masing-masing butir adalah :

Tabel 4.7
Hasil Analisis Uji Validitas faktor psikologi

Nomor item pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
Item 1	.483	Valid
Item 2	.157	Tidak valid
Item 3	.542	Valid
Item 4	.423	Valid
Item 5	.177	Tidak valid
Item 6	.390	Valid

Item 7	.185	Tidak valid
Item 8	.317	Valid

Dapat dilihat dilihat tabel 4.7 bahwa koefisien korelasi dari 8 butir pertanyaan yang ada, ada sebanyak 5 yang valid dengan skor tabel $>0,3$ dan ada 3 butir pertanyaan yang tidak valid, dengan nilai skor $< 0,3$. Butir yang mempunyai validitas tertinggi adalah butir item ke 3 dengan koefisien korelasi 0,542 dan butir yang mempunyai validitas paling rendah adalah butir item 2 dengan koefisien korelasi 0,157.

Tabel 4.8

Hasil Analisis Uji Validitas faktor kepribadian

Nomor item pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
Item 1	.570	Valid
Item 2	.112	Tidak valid
Item 3	.651	Valid
Item 4	.232	Tidak valid
Item 5	.727	Valid
Item 6	.736	Valid
Item 7	.322	Valid
Item 8	.753	Valid
Item 9	.585	Valid
Item 10	.307	Valid

Dapat dilihat pada tabel 4.8 bahwa koefisien korelasi dari 10 butir pertanyaan yang ada, ada sebanyak 8 butir pertanyaan yang valid dengan skor tabel $> 0,3$ dan ada 2 pertanyaan yang tidak valid, dengan nilai skor $< 0,3$. Butir yang mempunyai validitas tertinggi adalah butir item 6 dengan nilai koefisien

korelasi 0,736 dan ada butir yang mempunyai validitas paling rendah dengan butir item 2 dengan nilai koefisien korelasi 0,112.

Tabel 4.9
Hasil Analisis Uji Validitas Faktor Sosial

Nomor item pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
Item 1	.306	Valid
Item 2	.201	Tidak valid
Item 3	.539	Valid
Item 4	.666	Valid
Item 5	.232	Tidak valid
Item 6	.586	Valid
Item 7	.578	Valid
Item 8	.654	Valid

Dari tabel 4.9 bahwa koefisien korelasi dari 8 butir pertanyaan yang ada, ada sebanyak 6 pertanyaan yang valid dengan skor tabel $>0,3$ dan ada 2 pertanyaan yang tidak valid dengan skor $<0,3$ butir yang mempunyai validitas paling tertinggi adalah butir item 6 dengan koefisien korelasi 0,666 dan butir yang mempunyai validitas paling rendah adalah butir item 2 dengan nilai koefisien korelasi 0,201.

Tabel 4.10
Hasil Analisis Uji Validitas faktor Budaya

Nomor item pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
Item 1	.457	Valid
Item 2	.451	Valid
Item 3	.434	Valid
Item 4	.531	Valid

Dari tabel 4.10 bahwa koefisien korelasi dari 4 butir item pertanyaan yang ada, ke empat pertanyaan tersebut $>0,3$ berarti valid, dan butir yang paling tertinggi adalah butir item pertanyaan ke 5 dengan nilai koefisien korelasi 0,531 dan butir item yang paling rendah adalah butir item 3 dengan nilai koefisien 0,434. Berarti $<0,3$.

Tabel 4.11

Hasil Analisis Uji Validitas Faktor Pemasaran

Nomor item pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	keterangan
Item 1	.621	Valid
Item 2	.309	Valid
Item 3	.468	Valid
Item 4	.687	Valid

Dari tabel 4.11 bahwa koefisien korelasi dari 4 butir item pertanyaan yang ada, maka semua dari ke 4 empat pertanyaan tersebut yang valid dengan skor tabel $>0,3$ dan yang tidak valid dinyatakan nol atau tidak ada, dengan nilai skor $<0,3$. Butir pertanyaan yang mempunyai validitas tertinggi adalah butir pertanyaan item ke 4 dengan koefisien korelasi 0,687 dan butir pertanyaan yang mempunyai validitas terendah adalah butir item 2 dengan koefisien korelasi 0,309.

Tabel 4.12

Hasil Analisis Uji Validitas faktor keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa

Nomor item pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
Item 1	.491	Valid
Item 2	.541	Valid

Item 3	.501	Valid
Item 4	.497	Valid

Dari tabel 4.12 bahwa koefisien korelasi dari 4 pertanyaan yang ada, ada semua variable yang valid dengan nilai skor $>0,3$ dan yang tidak valid dinyatakan nol atau tidak ada, dengan nilai $<0,3$. butir pertanyaan yang mempunyai nilai validitas tertinggi adalah butir item pertanyaan ke 2 dengan nilai koefisien korelasi 0,541. Sedangkan yang mempunyai nilai validitas terendah adalah butir pertanyaan ke 1 dengan nilai koefisien korelasi 0,491.

2. Hasil Uji Reabilitas

Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1.

Jika skala itu dikelompok kedalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai Alpha Cronbach 0,00 – 0,20, berarti kurang reliabel
- b. Nilai Alpha Cronbach 0,21 – 0,40, berarti agak reliabel
- c. Nilai Alpha Cronbach 0,42 – 0,60, berarti cukup reliabel
- d. Nilai Alpha Cronbach 0,61 – 0,80, berarti reliabel
- e. Nilai Alpha Cronbach 0,81 – 1,00, berarti sangat reliabel¹¹

¹¹ Ibid,.....hal 97

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas faktor psikologi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.642	8

Dari tabel 4.13 diatas dilihat bahwa nilai reliabilitas instrument (*cronbach's alpha*) hasil pengelolaan windows sebesar 0,642. Sehingga sesuai dengan kriteria skala *cronbach's alpha* diatas maka instrument dalam penelitian ini dapat diartikan reliabel.

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas faktor kepribadian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.807	10

Dari tabel 4.14 diatas dapat dilihat bahwa nilai reliabilitas instrument (*cronbach's alpha*) hasil pengelolaan windows sebesar 0,807. Sehingga sesuai dengan kriteria skala *cronbach's alpha* diatas maka instrument dalam penelitian ini dapat diartikan sangat reliabel.

Tabel 4.15
Hasil Uji Reliabilitas faktor sosial

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.776	8

Berdasarkan hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai pada tabel 4.15 dinyatakan reliabel. Hasil pengelolaan windows sebesar 0,776. Sehingga sesuai dengan kriteria skala *cronbach's alpha* diatas.

Tabel 4.16
Hasil Uji Reliabilitas faktor budaya

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.684	4

Berdasarkan tabel 4.16 dapat dilihat bahwa nilai reliabilitas instrument (*cronbach's alpha*) hasil pengelolaan windows sebesar 0,682. Sehingga sesuai dengan kriteria skala *cronbach's alpha* diatas maka instrument dalam penelitian ini dapat diartikan reliabel.

Tabel 4.17
Hasil Uji Reliabilitas faktor pemasaran

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.725	4

Berdasarkan tabel 4.17 dapat dilihat bahwa nilai reliabilitas instrument (*cronbach's alpha*) hasil pengelolaan windows sebesar 0,725. Sehingga sesuai dengan kriteria skala *cronbach's alpha* diatas maka instrument dalam penelitian ini dapat diartikan reliabel.

3. Uji Normalitas

Tujuan dari dilakukannya uji normalitas yaitu untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Normal disini dalam arti mempunyai distribusi yang normal.

Tabel 4.18
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Keputusan nasabah	Psikologi	Kepribadian	Sosial	budaya	Pemasaran
N		37	37	37	37	37	37
Normal Parameter s ^a	Mean	15.9730	35.1892	40.2973	34.3514	16.5676	16.6216
	Std. Deviation	1.81791	2.39023	3.27333	3.63024	1.96554	2.07299
Most Extreme Differences	Absolute	.200	.171	.234	.138	.253	.185
	Positive	.131	.124	.102	.100	.166	.185
	Negative	-.200	-.171	-.234	-.138	-.253	-.136
Kolmogorov-Smirnov Z		1.219	1.041	1.421	.842	1.541	1.128
Asymp. Sig. (2-tailed)		.102	.229	.035	.477	.017	.157
a. Test distribution is Normal.							

Sumber: Output SPSS 16.0, data Primer yang diolah.

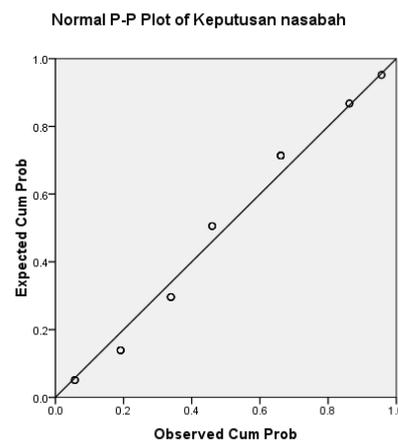
Dari tabel 4.18 *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka probabilitas atau *Asym. Sig. (2-tailed)*. Menunjukkan bahwa nilai *Asym. Sig. (2-tailed)*. Berturut-turut sebesar 0,102, 0,229, 0,035, 0,477, 0,017, dan 0,157 dengan tingkat kesalahan 0,05. Nilai signifikan > dari 0,05 maka H_0 diterima. Artinya variabel keputusan nasabah, faktor psikologi, faktor kepribadian, faktor sosial faktor budaya, faktor pemasaran data berdistribusi normal.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi normalitas data dapat dilihat

melalui *output* grafik kurva normal *P-plot*. Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik data searah mengikuti garis diagonal.¹²

Gambar 4.1

Uji Normalitas dengan Normal P-Plot



Pada grafik *P-plot* pada gambar diatas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar berhimpit disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dari grafik tersebut maka dapat dinyatakan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

4. Analisis Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh linier antar variabel independen dalam model regresi. Syarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya model Multikolinearitas. Peneliti

melakukan uji Multikolinearitas dengan melihat nilai inflation Faktor (VIF) pada model regresi.

Pada umumnya jika nilai tolerance lebih dari 0,1 dan jika VIF kurang dari 10, maka variabel tersebut tidak mempunyai masalah Multikolinearitas.

Tabel 4.18

Hasil Uji Multikolinearitas.

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Psikologi	.893	1.120
	Kepribadian	.620	1.614
	Sosial	.957	1.045
	Budaya	.569	1.758
	Pemasaran	.885	1.130

a. Dependent Variable: Keputusan nasabah

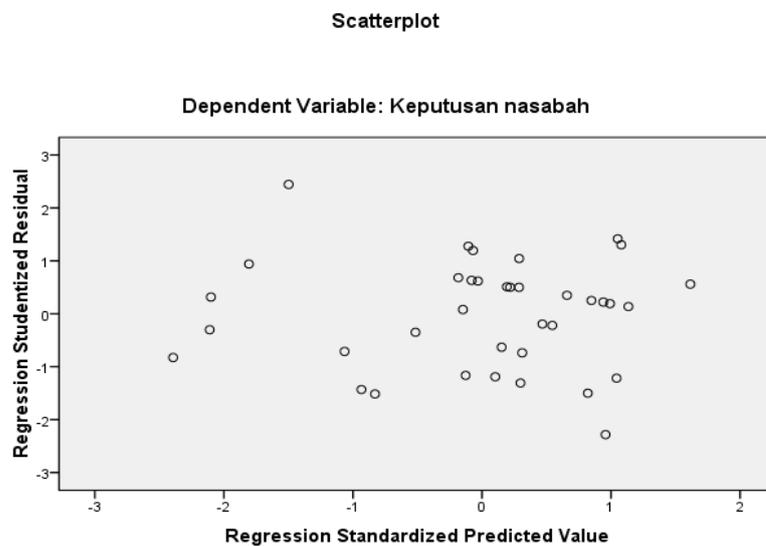
Sumber: Output SPSS 16.0, data Primer yang diolah 2015.

Berdasarkan tabel 4.18 terlihat bahwa faktor psikologi (X1), memiliki nilai tolerance 0,893 yang lebih dari 0.1 dan nilai VIF didapat 1.120 kurang dari 10. Faktor kepribadian (X2) memiliki nilai tolerance 0,620 dan nilai VIF didapat 1.614 lebih dari 0,1 dan nilai VIF didapat 1.614 kurang dari 10. Dan faktor sosial (X3) nilai tolerance 0,957 lebih dari 0,1 dan nilai VIF didapat 1.045 kurang dari 10. Faktor budaya (X4) memiliki nilai tolerance 0,569 dan nilai VIF 1.758 kurang dari 10. Sedangkan faktor pemasaran (X5) nilai tolerance 0,885 lebih dari 0,1 dan nilai VIF 1.130 kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa kelima variabel tersebut tidak memiliki masalah multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Syarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya masalah Heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya Heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada *scatterplot* regresi. Jika titik penyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas. *Scatterplot* dapat dilihat pada output regresi ini dan disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.19
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output SPSS 16.0, data primer yang diolah 2015

Berdasarkan tabel 4.19 scatterplot diatas dalam penelitian ini terlihat titik penyebar tidak membentuk pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

5. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor psikologi, faktor kepribadian, faktor sosial, budaya dan pemasaran dengan keputusan nasabah dalam memilih asuransi jiwa pada AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Tulungagung. Berikut hasil analisis regresi linier berganda selengkapnya dilihat pada tabel 4.21.

Tabel 4.20
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.096	8.367		.489	.628
	Psikologi	.096	.133	.127	.722	.476
	kepribadian	.193	.117	.348	1.650	.109
	Sosial	-.038	.085	-.076	-.451	.655
	Budaya	.069	.203	.075	.339	.737
	Pemasaran	.053	.155	.061	.344	.733
a. Dependent Variable: Keputusan nasabah						

Sumber: Output SPSS 16.0, data primer yang diolah 2015

Dari tabel 4.20 hasil uji regresi linear berganda di atas, dapat diketahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang dapat

dirumuskan dalam persamaan sebagai berikut :

$$Y = 4.096 + 0,096 \text{ Psikologi} + 0,193 \text{ Kepribadian} - 0,038 \text{ Sosial} + 0,69 \text{ Budaya} + 0,053 \text{ Pemasaran}$$

Dimana :

- a. Konstanta sebesar 4.096 artinya jika faktor psikologi, kepribadian, sosial, budaya dan pemasaran tidak ada maka keputusan nasabah sebesar 4.096 satu satuan.
- b. Koefisien Regresi X1, sebesar 0,096 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan Psikologi akan menaikkan 0,096 satu satuan pada Keputusan nasabah. Dan sebaliknya setiap penurunan satu satuan Psikologi akan menurunkan keputusan nasabah sebesar 0,096 satu satuan dengan anggapan X1 tetap. Dilihat dari tabel diatas, Faktor Psikologi memiliki tren positif, artinya setiap kenaikan Faktor psikologi akan meningkatkan keputusan nasabah AJB Syariah.
- c. Koefisien Regresi X2, sebesar 0,193 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan Kepribadian akan menaikkan 0,193 satu satuan pada Keputusan nasabah. Dan sebaliknya setiap penurunan satu satuan Psikologi akan menurunkan keputusan nasabah sebesar 0,193 satu satuan dengan anggapan X2 tetap. Dilihat dari tabel diatas, Faktor Kepribadian memiliki tren positif, artinya setiap kenaikan Faktor Kepribadian akan meningkatkan keputusan nasabah AJB Syariah.
- d. Koefisien Regresi X3, sebesar -0,038 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan Sosial akan menurunkan -0,038 satu satuan pada Keputusan nasabah. Dan sebaliknya setiap penurunan satu satuan Sosial akan menaikkan keputusan nasabah sebesar -0,038 satu satuan dengan anggapan X3 tetap. Dilihat dari tabel diatas, Faktor Sosial

memiliki tren negatif, artinya setiap kenaikan Faktor Sosial akan menurunkan keputusan nasabah AJB Syariah.

- e. Koefisien Regresi X4, sebesar 0,069 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan Budaya akan menaikkan 0,069 satu satuan pada Keputusan nasabah. Dan sebaliknya setiap penurunan satu satuan Budaya akan menurunkan keputusan nasabah sebesar 0,069 satu satuan dengan anggapan X4 tetap. Dilihat dari tabel diatas, Faktor Budaya memiliki tren positif, artinya setiap kenaikan Faktor Budaya akan meningkatkan keputusan nasabah AJB Syariah.
- f. Koefisien Regresi X5, sebesar 0,053 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan Pemasaran akan menaikkan 0,053 satu satuan pada Keputusan nasabah. Dan sebaliknya setiap penurunan satu satuan Pemasaran akan menurunkan keputusan nasabah sebesar 0,053 satu satuan dengan anggapan X5 tetap. Dilihat dari tabel diatas, Faktor Pemasaran memiliki tren positif, artinya setiap kenaikan Faktor Pemasaran akan meningkatkan keputusan nasabah AJB Syariah.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Tabel 4.21
Hasil Uji Statistik t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.096	8.367		.489	.628
	Psikologi	.096	.133	.127	.722	.476
	Kepribadian	.193	.117	.348	1.650	.109
	Sosial	-.038	.085	-.076	-.451	.655
	Budaya	.069	.203	.075	.339	.737
	Pemasaran	.053	.155	.061	.344	.733
a. Dependent Variable: Keputusan nasabah						

Sumber: Output SPSS 16.0, data primer yang diolah 2015

Berdasarkan hasil uji statistik t diatas, dapat diketahui arah dari koefisien beta regresi dan signifikansinya. Terlihat bahwa variabel Psikologi, Kepribadian, Sosial, Budaya dan Pemasaran terdapat pengaruh terhadap keputusan nasabah dengan signifikansi 0,05. Berikut ini dijelaskan hasil perhitungan uji t masing-masing variabel:

Hipotesis pertama mengenai variabel Psikologi dengan nilai t hitung sebesar 0,722, sedangkan nilai t tabel sebesar 1,695. Selain itu, nilai signifikan sebesar 0,476 lebih kecil daripada taraf signifikansi. Maka hipotesis pertama diterima artinya faktor psikologi terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah asuransi jiwa.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini mengenai variabel kepribadian diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 1,650 sedangkan nilai t tabel adalah 1, 695. Selain itu nilai signifikan sebesar 0,109 lebih kecil dari taraf signifikansi. Maka hipotesis kedua diterima artinya faktor kepribadian terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah asuransi jiwa.

Hipotesis ketiga mengenai variabel sosial diketahui bahwa nilai t hitung sebesar -0,451 sedangkan nilai t tabel adalah 1, 695. Selain itu nilai signifikan sebesar 0,655 lebih kecil dari taraf signifikansi. Maka hipotesis ketiga ditolak artinya faktor sosial tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan nasabah asuransi jiwa.

Hipotesis keempat mengenai variabel budaya diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 0,339 sedangkan nilai t tabel adalah 1,695. Selain itu nilai signifikan sebesar 0,737 lebih kecil dari taraf signifikansi. Maka hipotesis keempat diterima artinya faktor budaya berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah asuransi jiwa.

Hipotesis kelima mengenai variabel pemasaran diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 0,344 sedangkan nilai t tabel adalah 1, 695. Selain itu, nilai signifikan sebesar 0,733 lebih kecil dari taraf signifikansi. Maka hipotesis keempat diterima artinya faktor pemasaran terdapat pengaruh terhadap keputusan nasabah asuransi jiwa.

7. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 4.22
Hasil Uji Statistik F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.637	5	3.527	4.079	.031 ^a
	Residual	101.336	31	3.269		
	Total	118.973	36			

a. Predictors: (Constant), pemasaran, sosial, kebutuhan dan kepribadian, psikologi, budaya

b. Dependent Variable: Keputusan nasabah

Sumber: Output SPSS 16.0, data primer yang diolah, 2015.

Uji F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan uji F pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai F-hitung adalah 4,079 dimana lebih besar dari F-tabel sebesar 2,422 dengan nilai signifikan 0,031 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan nasabah asuransi jiwa syariah.

8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel keputusan nasabah asuransi jiwa. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel independen penelitian memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel keputusan nasabah asuransi jiwa. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.23
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.385 ^a	.148	.011	1.80801	2.793

a. Predictors: (Constant), pemasaran, sosial, kebutuhan dan kepribadian, psikologi, budaya

b. Dependent Variable: Keputusan nasabah

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah independen yang dimasukkan kedalam model. Oleh karena itu,

dianjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi model regresi terbaik. Dari tabel koefisien determinasi diatas, dapat dilihat bahwa angka koefisien korelasi R sebesar 0,358. Hal ini berarti bahwa hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen sebesar 35,8%. Dari angka tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen cukup kuat.

Berdasarkan Adjusted R Square adalah 0,011. Hasil perhitungan statistic ini berarti bahwa kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi perubahan variabel dependen sebesar 11%, sedangkan sisanya 89% diterangkan oleh faktor-faktor lain diluar model regresi yang dianalisis.

D. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Faktor Psikologi terhadap Keputusan Nasabah Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera Tulungagung

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa Faktor psikologi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera Tulungagung. Maksudnya bahwa dari hasil penelitian dari faktor psikologi (+) 0,722 dengan tingkat signifikan 0,476.

Sebagaimana yang telah dijelaskan di atas bahwa psikologis konsumen merupakan perilaku konsumen yang didorong oleh jiwa/mental konsumen itu sendiri untuk melakukan segala aktivitasnya. Begitupun dalam hal keputusan nasabah Asuransi yang merupakan aktivitas konsumen yang tidak terlepas dari dorongan psikologis untuk menentukan keputusan menjadi nasabah asuransi jiwa.

Keberhasilan perusahaan dalam pemasaran perlu didukung pemahaman yang baik mengenai faktor psikologi konsumen, karena dengan memahami faktor tersebut perusahaan dapat merancang apa saja yang diinginkan konsumen.

Faktor psikologi merupakan pertimbangan-pertimbangan dan pengaruh yang mendorong orang untuk menjadi nasabah Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera Tulungagung. Disamping itu dalam faktor psikologi didalamnya terdapat motivasi yang mendasari seseorang untuk melakukan keputusan menjadi nasabah dan dipengaruhi juga oleh persepsinya terhadap apa yang diinginkan. Nasabah akan menampakkan perilakunya setelah melakukan persepsi terhadap keputusan apa yang akan diambil dalam membeli suatu produk.

Psikologi merupakan kebutuhan yang mendorong seseorang secara kuat mencari kepuasan dan kebutuhan. Pada saat kebutuhan tersebut terpenuhi, kebutuhan tersebut akan akan berhenti sebagai motivator dan dia akan memenuhi kebutuhan paling penting lainnya. Selain itu keputusan nasabah dalam menjadi nasabah asuransi jiwa syariah dipengaruhi oleh karakteristik nasabah, dapat dipengaruhi oleh rangsangan perusahaan antara lain persepsi. Persepsi dapat mempengaruhi proses keputusann untuk menjadi nasabah asuransi jiwa syariah yang didasarkan pada pilihan produk asuransi. Persepsi merupakan sebuah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka.

2. Pengaruh Faktor Kepribadian terhadap Keputusan Nasabah Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera Tulungagung

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa Faktor Kepribadian terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera Tulungagung. Bahwa dari hasil penelitian diperoleh hasil dari faktor kepribadian sebesar (+) 1,650 dengan tingkat signifikan sebesar 0,109

Faktor kepribadian sangatlah berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi nasabah asuransi hal ini dikarenakan kepribadian seseorang juga merupakan bagian yang melekat erat dengan perilaku seorang konsumen. Dimana nasabah akan banyak dipengaruhi oleh faktor internal ini dalam mengambil keputusan. Disamping itu kepribadian juga cenderung dapat mempengaruhi pilihan dan pembelian terhadap suatu produk asuransi jiwa syariah di AJB Bumiputera Tulungagung.

Selain itu reputasi pada asuransi jiwa syariah AJB Bumiputera Tulungagung tergolong baik, sehingga mendorong kepribadian seseorang untuk menjadi nasabah asuransi jiwa syariah tersebut. Sebuah lembaga dipandang mempunyai reputasi yang baik apabila lembaga itu diakui dan dipercaya sebagai perusahaan jasa dengan nama baiknya di mata masyarakat. Mekanisme dalam sebuah lembaga syariah dengan sistem bagi hasil nampaknya menjadi salah satu alternatif nasabah untuk mengansurakan jiwanya di AJB Bumiputera Tulungagung.

Sebagai nasabah tentu saja memiliki kehidupan sosial yang berbeda dan juga berasal dari keluarga yang berbeda-beda pula, hal ini juga yang menjadikan

seseorang memiliki kepribadian yang berbeda-beda pula. Sehingga perbedaan itu pula akan mempengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah asuransi jiwa AJB Bumiputera Tulungagung.

3. Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Nasabah Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera Tulungagung

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa Faktor sosial tidak terbukti berpengaruh terhadap keputusan nasabah Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera Tulungagung. Dari faktor sosial bahwa terbukti dari hasil penelitian nilai t-hitung sebesar (-) 0,451 dengan nilai tingkat tidak signifikan sebesar 0,655

Proses pengambilan keputusan seseorang untuk membeli sesuatu khususnya untuk menjadi nasabah asuransi jiwa syariah biasanya dipengaruhi oleh faktor sosial salah satunya. Namun dalam hal ini faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera Tulungagung. Hal ini dikarenakan faktor sosial tidak benar-benar diperhitungkan oleh nasabah. Ada faktor yang lebih dominan sementara faktor sosial sendiri kurang berpengaruh. Dengan memahami faktor sosial, perusahaan dapat mengenal nasabahnya dengan baik dan memuaskan keinginan nasabahnya yang tujuan utamanya ialah mempengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah serta mempertahankan dan memenangkan persaingan dengan kompetitornya.

4. Pengaruh Faktor Budaya terhadap Keputusan Nasabah Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera Tulungagung

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa Faktor Budaya terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera Tulungagung. Dari hasil pengujian faktor budaya bahwa sebesar t-hitung (+) 0,344 dengan tingkat sig.0,737.

Faktor budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting khususnya AJB Bumiputera Tulungagung. Budaya memberikan pengaruh paling luas dan dalam pada tingkah laku nasabah hal inilah yang memperkuat bahwa faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi jiwa syariah di Bumiputera Tulungagung.

Hal ini menunjukkan bahwa budaya seseorang mempengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah asuransi jiwa syariah karena kesadaran, produk yang ditawarkan, ketertarikan dan minat. Asuransi jiwa syariah yang menggunakan prinsip islam dan mengedepankan faktor riba sebagai sesuatu yang dihindari, sehingga nasabah juga mempertimbangkan faktor ini.

5. Pengaruh Faktor Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera Tulungagung

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa Faktor Budaya terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera Tulungagung. Dari hasil penelitian faktor pemasaran dengan hasil pengujian sebesar t-hitung (+) 0,344 dengan nilai signifikan sebesar 0,733

Strategi pemasaran pada setiap perusahaan berbeda dengan perusahaan lainnya khususnya perusahaan asuransi. Kebutuhan masyarakat dan pola konsumsi yang berbeda maka perusahaan akan bersaing untuk melakukan strategi bersaing yang baik. Hal ini yang membuktikan bahwa faktor pemasaran mempengaruhi keputusan nasabah asuransi jiwa syariah AJB Bumiputera Tulungagung.

Pelayanan yang kurang memuaskan dari pegawai, ketidakramahan pegawai merupakan permasalahan yang sering ditemukan. Padahal kecewaan atau ketidakpuasan nasabah tentu akan berpengaruh buruk. Peran promosi juga akan menentukan keberhasilan produk asuransi jiwa syariah pada AJB Bumiputera Tulungagung. Strategi pengembangan harus dibangun atas dasar adanya kedinambungan antara diferensiasi produk asuransi jiwa. Dalam hal ini perusahaan asuransi AJB Bumiputera Tulungagung harus benar-benar efektif dan tepat dalam menerapkan strategi pemasaran, semua aspek pemasaran merupakan suatu mata rantai yang tidak dapat terpisahkan dan saling mempengaruhi.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian data diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor psikologi terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian asuransi jiwa syariah pada AJB Bumiputera Tulungagung. Semakin besar dorongan psikologis seseorang maka semakin besar keputusan menjadi nasabah asuransi jiwa.
2. Faktor Kepribadian terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian asuransi jiwa syariah pada AJB Bumiputera Tulungagung. Kepribadian seseorang juga merupakan bagian yang melekat erat dengan perilaku seorang konsumen yang dipengaruhi oleh faktor internal ini dalam mengambil keputusan menjadi nasabah asuransi jiwa
3. Faktor sosial tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian asuransi jiwa syariah pada AJB Bumiputera Tulungagung.
4. Faktor Budaya terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian asuransi jiwa syariah pada AJB Bumiputera Tulungagung. Budaya yang melekat pada seseorang mempengaruhi pengambilan keputusan untu menjadi nasabah asuransi jiwa.
5. Faktor pemasaran terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian asuransi jiwa syariah pada AJB Bumiputera Tulungagung. Semakin baik strategi

pemasaran pada perusahaan maka semakin besar keputusan untuk menjadi nasabah asuransi jiwa.

6. Faktor Psikologi, faktor kepribadian, faor budaya, faktor sosial, dan faktor pemasaran secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah asuransi jiwa syariah pada AJB Bumiputera Tulungagung.

B. Saran

Tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh perilaku konsumen dari (faktor psikologi, faktor kepribadian, faktor sosial, faktor budaya, faktor pemasaran) yang dirasakan oleh nasabah dari keputusan untuk memilih asuransi jiwa. Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran yang dapat dikemukakan sebagai bahan masukan yang bermanfaat untuk AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Tulungagung.

- a. Dengan mengetahui perilaku konsumen dari nasabah yang telah memiliki asuransi jiwa perusahaan dapat membuat strategi pemasaran yang akan dilakukan waktu kedepan.
- b. Dalam pemasarannya perusahaan dapat menjadikan perilaku konsumen sebagai peningkatan prestasi dalam menghadapi persaingan global dengan merekrut masyarakat untuk berasuransi sekaligus menjadikan mereka sebagai agen perusahaan.
- c. Setiap karyawan dan pemimpin hendaknya menyikapi perilaku dan pendapat para nasabahnya dengan respon yang positif sehingga tidak menambahkan sesuatu yang menghambat pembelian asuransi pada AJB Bumiputera 1912 Syariah.

- d. Perusahaan agar terus meningkatkan ketrampilan para agennya melalui pelatihan-pelatihan. Sehingga nasabahnya mendapatkan kepuasan atas produk yang dimiliki.
- e. Para agen atau mitrakerja agar terus menjaga silahturohmi dengan nasabahnya melalui komunikasi, sehingga kewajiban nasabah membayar premi dapat dilakukan sampai dengan habis kontrak.