

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung

Promosi pada hakekatnya adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan konsumen atas produk yang ditawarkan produsen atau penjual. Hasil dari penelitian ini didukung oleh pendapat Kasmir yang menjelaskan bahwa promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan dalam *marketing mix*, yaitu produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap lembaga atau perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.¹ Dengan promosi masyarakat mengetahui manfaat, harga dan keunggulan produk yang ditawarkan oleh PT Prudential Life Assurance. Swastha juga menjelaskan tujuan promosi yaitu memodifikasi tingkah laku konsumen, memberitahukan atau menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan kepada konsumen, berusaha untuk membujuk dan memotivasi konsumen serta mengingatkan konsumen tentang produk. Setelah konsumen mengetahui suatu produk dan keunggulan dari produk tersebut maka diharapkan konsumen akan

¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan...*, hlm. 246.

terpengaruh dan terbujuk untuk membeli produk yang ditawarkan dan tidak beralih pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing.

Berdasarkan hasil statistik uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui dari tabel *Coefficients* bahwa nilai koefisien regresi promosi bernilai positif dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance 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 promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung yang berarti H_1 diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rismanelly, dkk yang berjudul “Analisa Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Asuransi Inhealth pada PT. Asuransi Jiwa Inhealth Indonesia (PT AJII) Cabang Pekanbaru”.² Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa asuransi Inhealth pada PT. Asuransi Jiwa Inhealth Indonesia (PT AJII) Cabang Pekanbaru. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari α .

Jadi, dari penelitian diatas dapat dijelaskan bahwa promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran sehingga calon

² Rismanelly, dkk, *Analisis Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Asuransi Inhealth pada PT. Asuransi Jiwa Inhealth Indonesia (PT AJII) Cabang Pekanbaru*, Jurnal Manajemen dan Akuntansi STIE Persada Bunda Pekanbaru Vol. 1 No. 1, 1-25, April 2013, hlm. 23.

nasabah dapat mengambil keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung, karena masyarakat dapat mengetahui produk yang ditawarkan PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung sehingga calon nasabah dapat mengambil keputusan untuk menjadi nasabah di asuransi tersebut.

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung

Kaihatu memberikan argumentasi bahwa kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas). Kinerja inilah yang dibeli oleh pelanggan, karena itu kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa.³ Jadi, kualitas pelayanan merupakan faktor yang paling penting dalam membentuk keputusan menjadi nasabah. Karena dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati dari masyarakat. Jika masyarakat simpati, maka akan menimbulkan kepercayaan sehingga pemasaran produk atau jasa akan lebih lancar, sehingga dapat menarik masyarakat untuk menjadi nasabah.

Berdasarkan hasil statistik uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui dari tabel *Coefficients* bahwa nilai koefisien regresi kualitas pelayanan bernilai negatif dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life

³ Thomas S. Kaihatu, dkk, *Manajemen Komplain....*, hlm. 41.

Assurance Cabang Tulungagung yang diketahui dengan cara membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari α . Sehingga dari pengujian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung yang berarti H_2 ditolak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nasabah PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung tidak mengutamakan kualitas pelayanan sebagai faktor yang digunakan dalam membentuk keputusan menjadi nasabah, karena yang terpenting adalah kegiatan operasional di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung yang menerapkan prinsip-prinsip syariah. Penerapan prinsip-prinsip syariah inilah yang memberikan pengaruh kepada calon nasabah dalam pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maisur, dkk yang berjudul “Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Syariah di Banda Aceh”.⁴ Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada bank syariah di kota banda Aceh. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} .

⁴ Maisur, dkk, *Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Syariah di Banda Aceh*, Jurnal Magister Akuntansi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala, Volume 4, No. 2, Mei 2015, hlm. 7.

Jadi hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pelayanan bank yang baik tidak menjamin masyarakat untuk menjadi nasabah yang bersangkutan. Salah satu yang menjadi penyebab utama yaitu karena orientasi masyarakat Banda Aceh untuk berhubungan dengan bank syariah yang mengarah pada prinsip bagi hasil yang sesuai dengan syariah dan tingkat kembalian dari pada tingkat pelayanan bank. Dengan kata lain, masyarakat akan berhubungan dengan suatu bank jika misalnya bank syariah yang menerapkan sistem bagi hasil sesuai dengan syariah dan tingkat keuntungannya sesuai dengan yang dijanjikan.

C. Pengaruh Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian Bab 1 Pasal 1, prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perasuransian berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Syariat memuat ketentuan-ketentuan Allah dan ketentuan Rasul-Nya baik berupa larangan maupun berupa perintah, meliputi seluruh aspek hidup dan kehidupan manusia. Menurut Syakir Sula kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah adalah kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur *maisir*, *gharar* dan juga *riba*.⁵ Sistem operasional yang dijalankan

⁵ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah...*, hlm. 46-55.

perusahaan asuransi syariah harus menggunakan prinsip syariah yang secara umum yaitu menjauhi segala larangan-Nya dan mematuhi segala perintah-Nya. Dalam kaitannya dengan muamalah. Sebenarnya prinsip syaria'ah cukup mudah dipahami dalam bahasa yang sederhana dan dapat dikatakan semuanya boleh, kecuali secara tegas dilarang didalam al-Qur'an atau berlawanan dengan Sunnah Nabi Muhammad SAW.

Berdasarkan hasil statistik uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui dari tabel *Coefficients* bahwa nilai koefisien regresi penerapan prinsip-prinsip syariah bernilai positif dan penerapan prinsip-prinsip syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance 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 penerapan prinsip-prinsip syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung yang berarti H_3 diterima

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Endang Tri Wahyuni A yang berjudul "Pengaruh Faktor Syariah, Tingkat Keuntungan Bagi Hasil dan Motivasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Perbankan Syariah".⁶ Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah

⁶ Endang Tri Wahyuni A., *Pengaruh Faktor Syariah, Tingkat Keuntungan Bagi Hasil dan Motivasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Perbankan Syariah*, Universitas PGRI Yogyakarta, hlm. 275.

menggunakan perbankan syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi parsial yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari α .

Jadi, dari penelitian diatas dapat dijelaskan bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah merupakan faktor yang tidak terpisahkan oleh keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung, karena besar kecilnya nilai signifikan penerapan prinsip-prinsip syariah akan berpengaruh terhadap meningkat tidaknya keputusan menjadi nasabah.

D. Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung

Pengambilan keputusan sebagai proses yang mempengaruhi perilaku konsumen sangat penting untuk dipahami oleh pemasar. Hal ini sesuai dengan pendapat Schiffman dan Kanuk yang mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif.⁷ Sedangkan teori lain yang menjelaskan tentang pengambilan keputusan adalah teori Setiadi. Setiadi mendefinisikan bahwa pengambilan keputusan adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang

⁷ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian...*, hlm. 120.

disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.⁸ Selain Schiffman dan Kanuk dan Setiadi, Siagian juga menjelaskan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat.⁹ Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian didasari oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Uji F (simultan) untuk menguji pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya, peneliti menggunakan cara dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} . Dalam tabel ANOVA diperoleh nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari α . Sehingga dari pengujian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa promosi, kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung yang berarti H_4 diterima.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahayu Istiqomah dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah STAIN Salatiga

⁸ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian...*, hlm. 121.

⁹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: KENCANA, 2003), hlm. 10.

Untuk Menjadi Nasabah di Perbankan Syariah”.¹⁰ Adapun faktor-faktor yang dijelaskan dalam penelitian ini meliputi faktor syariah, produk, promosi dan pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor syariah, produk, promosi dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa perbankan syariah STAIN Salatiga untuk menjadi nasabah di Perbankan Syariah.

¹⁰ Rahayu Istiqomah, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah STAIN Salatiga Untuk Menjadi Nasabah di Perbankan Syariah, (Salatiga: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015), hlm. 100.