

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Jasa Asuransi Syariah Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung

Hasil pengujian data diketahui dari tabel *Coefficient* Regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Artinya, bahwa setiap kenaikan 1% Kualitas Produk, maka Keputusan Nasabah naik sebesar 1%. Begitu juga sebaliknya jika terdapat penurunan 1% Kualitas Produk, maka Keputusan Nasabah turun sebesar 1%. *Mengutip teori yang diungkapkan W. Edwards Deming yang dikutip oleh Philip Kotler* yaitu kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.¹ Kualitas produk (*instrumental conditioning*) sangat menentukan apakah konsumen akan memberikan respon negatif atau positif. Respon positif akan terjadi ketika konsumen merasa puas, akibatnya probabilitas konsumen melakukan pembelian ulang semakin tinggi. Sementara itu konsumen akan memberikan respon negatif jika respon atas tindakannya tidak memuaskan.

Penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adiputra yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan

¹ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 267.

antara kualitas produk dengan keputusan menjadi nasabah asuransi.² Kualitas produk dianggap dapat mempengaruhi harga saham karena current ratio adalah gambaran kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. pengambilan keputusan pembelian konsumen perlu memperhatikan produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, dimana kualitas produk mempengaruhi persepsi konsumen untuk pengambilan keputusan pembelian. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas Perusahaan asuransi perlu menghasilkan produk yang berkualitas serta disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen agar penjualan dapat tercapai dan mampu bersaing.

Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kualitas produk asuransi, maka keputusan konsumen untuk menjadi nasabah asuransi juga semakin meningkat. Berdasarkan hasil yang diperoleh di lapangan diketahui bahwa produk jasa asuransi syariah Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 bernilai baik yang dilihat berdasarkan hasil jawaban responden dari pertanyaan-pertanyaan di angket. Responden yang merupakan nasabah asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung memberikan nilai yang baik bahwa produk sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, halal, serta aman. Sehingga dapat

² Yustinus Riyan Adiputra, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Jiwa (Skripsi)*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2016), h. vii.

disimpulkan bahwa persepsi nasabah akan produk asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung diterima dengan baik dan secara langsung akan memberikan dampak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen untuk menjadi nasabah asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung.

B. Pengaruh Besaran Premi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Jasa Asuransi Syariah Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung

Hasil pengujian data diketahui dari tabel *Coefficient* Regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi Besaran Premi (X₂) berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Artinya, bahwa setiap kenaikan 1% Besaran Premi, maka Besaran Premi naik sebesar 1%. Begitu juga sebaliknya jika terdapat penurunan 1% Besaran Premi, maka Keputusan Nasabah turun sebesar 1%. *Mengutip teori yang diungkapkan Swasta* yaitu harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Berdasarkan harga yang ditetapkan, maka konsumen akan mengambil keputusan apakah ia akan membeli barang tersebut atau tidak. Teori harga dalam penelitian ini lebih dijelaskan tentang premi atau tarif asuransi.³ Premi asuransi merupakan harga per unit produk asuransi. Harga itu sebagaimana harga produk barang berwujud merupakan fungsi dari biaya

³ *Ibid.*, Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern...* h.147

produksi. Akan tetapi, dalam industri jasa asuransi biaya produksi belum diketahui pada saat kontrak dibuat (pada saat penetapan harga) dan belum diketahui sampai saat polis yang bersangkutan habis masa berlakunya. Penetapan harga pada jasa asuransi didasarkan pada suatu perkiraan. Proses itu dimulai dengan perkiraan biaya, perkiraan kerugian, dan menggolongkan biaya itu diantara berbagai kelas polis.⁴

Penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara besaran premi dengan keputusan menjadi nasabah asuransi.⁵ Besaran Premi dianggap dapat mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah. Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk. Nilai adalah perbandingan antara persepsi terhadap manfaat dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk. Harga dalam penelitian ini adalah besaran nilai premi, semakin tinggi besaran premi maka pelayanan serta perlindungan dari jasa asuransi syariah juga akan semakin meningkat, seperti nilai tambah yang diberikan perusahaan, kemudahan dalam proses klaim, dan jaminan perlindungan yang lebih luas. Dengan demikian ketika konsumen menginginkan perlindungan yang maksimal maka nilai premi yang dikeluarkan juga lebih besar.

Variabel besaran premi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah asuransi syariah Asuransi Jiwa Bersama (AJB)

⁴ Herman Darmawi, *Manajemen Asuransi, Edisi Pertama, Cetakan Ketiga*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2004), h. 37

⁵ Dessy Arum Kusumawati, *Pengaruh Produk, Pelayanan Dan Premi Asuransi Mitra Mabruh Terhadap Preferensi Nasabah Ajb Bumiputera 1912 Syariah Cabang Surakarta*, (Surakarta; IAIN Surakarta, 2017),

Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung. Hal ini menunjukkan semakin tinggi besaran premi asuransi, maka keputusan konsumen untuk menjadi nasabah asuransi juga semakin meningkat. Berdasarkan hasil yang diperoleh di lapangan diketahui bahwa besaran premi asuransi syariah sesuai dengan perlindungan yang didapatkan nasabah. Responden yang merupakan nasabah asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung memberikan jawaban pada angket terkait besaran premi, yaitu ketika besaran premi rendah maka perlindungan atau manfaat dari asuransi yang didapatkan juga cukup kecil, sedangkan ketika besaran premi rendah maka perlindungan atau manfaat serta perlindungan dari asuransi yang didapatkan juga semakin luas dan terjamin. Sehingga dapat disimpulkan bahwa besaran premi memberikan dampak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen untuk menjadi nasabah asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung.

C. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Jasa Asuransi Syariah Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung

Hasil pengujian data diketahui dari tabel *Coefficient* Regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi Strategi Pemasaran (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Artinya, bahwa setiap kenaikan 1% Strategi Pemasaran, maka Keputusan Nasabah naik sebesar 1%. Begitu juga sebaliknya jika terdapat penurunan 1%

Strategi Pemasaran, maka Keputusan Nasabah turun sebesar 1%. *Mengutip teori yang diungkapkan Philip Kotler*, yaitu strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dulu.⁶ Di dalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.

Penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Transistari yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi pemasaran dengan keputusan menjadi nasabah asuransi.⁷ Peningkatan jumlah perusahaan asuransi disertai dengan peningkatan jenis produknya berdampak pada tingginya tingkat persaingan antar perusahaan industri. Persaingan tersebut dapat dimenangkan dengan sebuah strategi pemasaran yang tepat, dimana strategi pemasaran tersebut akhirnya digunakan oleh perusahaan untuk merancang bauran pemasarannya. Bauran pemasaran yang terintegrasi tersebut terdiri dari *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*.⁸ Ketujuh unsur bauran pemasaran yang ditetapkan oleh perusahaan akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli atau tidak membeli produk perusahaan bersangkutan.

⁶ *Ibid.*, Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran....* h. 81.

⁷ Ralina Transistari dan Tri Harsini Wahyuningsih, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi pada Wanita Pekerja (Jurnal)*, (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen, 2015), h. 73.

⁸ *Ibid.*, Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran....* h. 82.

Variabel strategi pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah asuransi syariah Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung. Hal ini menunjukkan semakin baik strategi pemasaran produk asuransi, maka keputusan konsumen untuk menjadi nasabah asuransi juga semakin meningkat. Berdasarkan hasil yang diperoleh di lapangan diketahui bahwa strategi pemasaran asuransi syariah Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 bernilai baik yang dilihat berdasarkan hasil jawaban responden dari pertanyaan-pertanyaan di angket. Responden yang merupakan nasabah asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung.

Berdasarkan pernyataan responden yaitu responden memberikan nilai yang baik terhadap strategi pemasaran AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung. Strategi pemasarannya dilakukan dengan *personal selling* oleh agen-agen AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung dan selalu menerapkan prinsip syariah saat melaksanakan tugasnya. Para agen tersebut gencar melakukan pemasaran produk asuransi hingga pelosok-pelosok desa, sehingga pangsa pasar asuransi syariah AJB Bumiputera sangat luas dan menyeluruh dari berbagai lapisan masyarakat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung diterima dengan baik dan secara langsung akan memberikan dampak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen untuk menjadi nasabah asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung.

D. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Besaran Premi dan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Jasa Asuransi Syariah Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung

Hasil pengujian data diketahui dari tabel ANOVA F-test menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama antara kualitas produk, besaran premi dan strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan produk jasa asuransi syariah. Artinya, jika kualitas produk, besaran premi dan strategi pemasaran secara bersama-sama mengalami kenaikan, maka keputusan nasabah menggunakan produk jasa asuransi syariah juga mengalami kenaikan. Begitu juga sebaliknya, jika terdapat penurunan secara bersama-sama pada kualitas produk, besaran premi dan strategi pemasaran, maka keputusan nasabah pun juga mengalami penurunan.

Pengambilan keputusan adalah sebagai penentuan pilihan yang didasari atas kriteria tertentu terhadap beberapa alternatif. Proses pengambilan keputusan merupakan serangkaian tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam pengambilan keputusan tentang produk-produk manakah yang akan dibeli.⁹ Faktor pengambilan keputusan oleh konsumen, atau dalam penelitian ini yang dimaksud dengan konsumen

⁹ *Ibid.*, Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern...* h. 24.

adalah nasabah antara lain dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, besaran premi dan strategi pemasaran. Hal tersebut sesuai hasil dari penelitian ini yang menunjukkan bahwa kualitas produk, besaran premi dan strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan produk jasa asuransi syariah Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung.

E. Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Jasa Asuransi Syariah Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung

Hasil dari penelitian ini berdasarkan statistika besarnya kontribusi pengaruh kualitas produk, besaran premi dan strategi pemasaran terhadap keputusan nasabah menggunakan produk jasa asuransi syariah Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung sebesar 68,4%. Sedangkan sisanya adalah 31,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Dalam aktivitas perdagangan saham sehari-hari, harga-harga saham mengalami fluktuasi baik berupa kenaikan ataupun penurunan. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah selain dari variabel dalam penelitian ini antara lain pelayanan, *profit sharing*, gaya hidup, faktor sosial, dan motivasi.