

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis dan pengujian model regresi yang telah dilakukan dengan bantuan *SPSS 18.0 for windows*, maka akan dibahas tentang pengaruh variabel bebas yang berupa citra merek, kepercayaan merek, dan mutu pelayanan terhadap variabel terikat yang berupa keputusan memilih asuransi syariah Bumiputera Tulungagung. Dengan menggunakan taraf positif signifikan yang artinya dengan menggunakan tingkat keyakinan terhadap suatu hipotesis, apakah hipotesis tersebut akan diterima atau ditolak.

A. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Syariah Bumiputera Tulungagung

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan memilih asuransi syariah Bumiputera Tulungagung atau nilai t positif menunjukkan bahwa X_1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y . Dikarenakan nilai X terlalu tinggi maka berpengaruh terhadap Y . Hal ini membuktikan bahwa, apabila citra merek semakin tinggi, maka akan berpengaruh terhadap keputusan memilih asuransi syariah Bumiputera Tulungagung. Atau dengan kata lain yang membuat citra merek berpengaruh terhadap keputusan nasabah bisa dilihat dari nasabah yang menganggap bahwa asuransi syariah bumiputera dikenal memiliki citra yang baik seperti tidak mengandung unsur riba.

Hasil penelitian ini mendukung secara konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Arianis, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif ekuitas merek terhadap keputusan pembelian konsumen studi kasus bank muamalat Indonesia cabang bandung.¹ Hal yang menjadi perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada studi kasus yang diteliti. Dalam penelitian terdahulu studi kasus yang diteliti adalah keputusan pembelian Konsumen studi kasus Bank muamalat Indonesia Cabang Bandung, sedangkan studi kasus dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah dalam memilih Asuransi Syariah Bumiputera Tulungagung.

Merek adalah nama, istilah, logo, tanda atau lambang dan kombinasi dari dua atau lebih Unsur tersebut yang di maksud untuk mengidentifikasi barang-barang atau jasa dari seorang penjual atau kelompok penjual untuk membedakannya dari produk pesaing.² Dari kesimpulan diatas dapat disimpulkan bahwa citra merek adalah asosiasi atau kepercayaan yang ada dalam benak konsumen untuk menjadi pembeda dari merek yang lainnya seperti lambang, desain huruf atau warna khusus. Dalam penelitian ini membuktikan bahwa citra merek merupakan salah satu aspek penting dalam membantu menarik konsumen sehingga membuat para nasabah tertarik untuk memutuskan mengikuti asuransi syariah pada Bumiputera Tulungagung.

¹ Arianis, *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen studi kasus Bank muamalat Indonesia Cabang Bandung*, Jurnal Administrasi Bisnis (2010), Vol.6, No.1: hal. 43–58, (ISSN:0216–1249)

² Jackie Ambadar, Miranty Abidin, Yanty Isa, *Mengelola Merek* (Jakarta: Yayasan Bina Karsa Mandiri, 2007), hlm. 2

B. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Syariah Bumiputera Tulungagung

Dari hasil analisis uji t table coefficients yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa secara parsial kepercayaan merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih Asuransi Syariah Bumiputera Tulungagung. Sedangkan hasil koefisien regresi diperoleh nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah. Hal ini membuktikan bahwa, apabila kepercayaan semakin tinggi, maka akan berpengaruh terhadap keputusan memilih asuransi syariah Bumiputera Tulungagung. Atau dengan kata lain kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah bisa dilihat dari nasabah yang mengaggap bahwa asuransi syariah bumiputera dikenal memiliki pelayanan yang baik.

Hasil penelitian ini mendukung secara konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh dino achriza ilham, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial kepercayaan terhadap keputusan pembelian studi kasus situs online store di lazada.³ Hal yang menjadi perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada studi kasus yang diteliti. Dalam penelitian terdahulu studi kasus yang diteliti adalah keputusan pembelian studi kasus situs online store di lazada, sedangkan studi kasus dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah dalam memilih Asuransi Syariah Bumiputera Tulungagung.

³ Dino achriza ilham, *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Online Store Lazada Sebagai E-commerce Terpercaya di Indonesia*. Simki-Economic Vol. 01 No. 05 Tahun 2017. Hlm. 8

Kepercayaan adalah kemampuan merek untuk dipercaya yang bersumber pada keyakinan konsumen bahwa produk tersebut mampu memenuhi nilai yang dijanjikan dan intensi baik merek yang didasarkan pada keyakinan konsumen bahwa merek tersebut mampu mengutamakan kepentingan konsumen.⁴ Sehingga dapat disimpulkan kepercayaan adalah keyakinan dari benak konsumen yang menganggap bahwa suatu merek memiliki nilai tinggi sehingga membuat konsumen ingin mengikuti produk dari merek tersebut.

C. Pengaruh Mutu Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Syariah Bumiputera Tulungagung

Dari hasil analisis uji t table coefficients yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa secara parsial mutu pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi syariah bumiputera tulungagung. Sedangkan hasil koefisien regresi diperoleh nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah, artinya semakin tinggi mutu pelayanan maka semakin tinggi keputusan menjadi nasabah pada asuransi syariah bumiputera tulungagung. Dengan kata lain yang membuat mutu pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah mungkin bisa dilihat dari pelayanan dari asuransi bumiputera yang ramah dan mudah dipahami sehingga membuat nasabah tertarik untuk berasuransi.

⁴ Erna, Ferrina Dewi. *Merek & Psikologi Konsumen*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008).

Hasil penelitian ini mendukung secara konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Nawari, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap keputusan pembelian studi kasus Amanda Brownies Cabang Sidoarjo.⁵ Hal yang menjadi perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada variable dependen yang diteliti. Dalam penelitian terdahulu variable dependen yang diteliti adalah keputusan pembelian studi kasus Amanda Brownies Cabang Sidoarjo, sedangkan variable dependen dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah dalam memilih asuransi syariah pada Bumiputera Tulungagung.

Mutu pelayanan/kualitas layanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen. Pelayanan menjadi tolok ukur bagi keberhasilan kerja suatu perusahaan/instansi/organisasi yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan dengan cara memberikan jasanya kepada pelanggan/penggunanya. Pelayanan akan diberikan secara prima sehingga harapannya pengguna jasa akan merasa puas terhadap jasa yang telah diterimanya. Mengingat pelayanan harus diberikan secara prima, dimana pelayanan prima itu adalah suatu layanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal).⁶ Jadi dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang dikonsumsi dan dirasakan. Kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat

⁵ Nawari, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Amanda Brownies Cabang Sidoarjo*, EkoNiKa I Vol. 2. No. 2, September 2017 I 168-182

⁶ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 18.

keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi masyarakat (pelanggan) penerima layanan.

D. Pengaruh Citra Merek, kepercayaan, dan Mutu Pelayanan Secara Bersama-sama Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Syariah Bumiputera Tulungagung

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa secara bersama-sama citra merek, kepercayaan, dan mutu pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih asuransi syariah Bumiputera Tulungagung. Terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Untuk nilai signifikan lebih kecil dari derajat kesalahan. Maka dapat disimpulkan bahwa tiga pengujian tersebut menolak H_0 dan menerima H_a yang artinya citra merek, kepercayaan, dan mutu pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan memilih asuransi syariah pada Bumiputera Tulungagung.

Hasil pengujian ini mendukung secara konsisten yang diperoleh dengan menggunakan analisis pendekatan kuantitatif. Dalam penelitiannya, memperoleh hasil bahwa pengaruh minat masyarakat Aceh terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah di kota Banda Aceh.⁷

⁷Rahma Yulianti, *Pengaruh Minat Masyarakat Aceh Terhadap Keputusan Memilih Produk perbankan Syariah Di Kota Banda Aceh*. (Skripsi: Skripsi tidak diterbitkan, 2015) diakses dalam <http://id.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=429033> pada tanggal 03 mei 2018

Menurut Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia mengatakan asuransi syariah (*ta'min, takaful, atau tadhamun*) adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang atau pihak melalui dana investasi dalam bentuk asset atau tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.