

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Perusahaan Asuransi PT. Prudential Life Insurance

Prudential PLC (*Public Limited Company*) merupakan jasa keuangan terkemuka asal Inggris yang berdiri sejak tahun 1848. Prudential PLC memiliki tujuan untuk membantu masyarakat dalam merencanakan keuangan mereka dan keluarga, dengan cara menyediakan produk-produk untuk mengatasi resiko keuangan yang dipilih. Prudential telah memiliki pengalaman lebih dari 86 tahun dengan dibukanya unit bisnis prudential pertama di Malaysia. Kantor Regional Prudential di Asia adalah *Prudential Corporation Asia (PCA)* di Hongkong yang didirikan tahun 1994. Kini, Prudential di Asia telah berhasil menjadi salah satu grup perusahaan asuransi jiwa terdepan di Asia dengan operasi asuransi jiwa dan pengelolaan dana di 11 negara, yaitu Cina, Filipina,

Hongkong, India, Indonesia, Korea, Malaysia, Singapura, Taiwan, Thailand, dan Vietnam.¹

Di Indonesia, Prudential Indonesia merupakan bagian dari Prudential PLC (*Public Limited Company*) London, Inggris dan menginduk pada kantor *regional Prudential Corporation Asia* (PCA) yang berkedudukan di Hongkong. Sejak didirikan pada tahun 1995, Prudential Indonesia telah menerima berbagai penghargaan, salah satunya adalah penghargaan sebagai “*lifetime achievement award for best life insurance company*” dari majalah investor pada tahun 2007. Di tahun 2011, Prudential Indonesia mendapatkan berbagai penghargaan dari media massa salah satunya adalah penghargaan dari *Markeeters Community* sebagai “*Indonesia Brand Champio 2011-The Most Popular Brand Of Unit Link Insurance*”, “*Indonesia Brand Champion 2011-The Best Customer Choice Of Unit Link Insurance*” dan “*Indonesia*

¹http://www.prudential.co.id/corp/prudential_in_id/header/aboutus/index.html Diakses pada tanggal 26 Agustus 2018 pukul 14:27 WIB

Brand Champion 2011-The Best Customer Choice Of Islamic Life Insurance”.²

Dari berbagai penghargaan yang telah diraih tersebut membuktikan PT. Prudential Life Insurance sebagai salah satu perusahaan asuransi terkemuka di Indonesia.

2. Visi dan Misi PT. Prudential Life Insurance

Sebagai salah satu perusahaan asuransi yang terbesar dan terkemuka di Indonesia, PT. Prudential Life Insurance memiliki visi dan misi bagi *shareholder* maupun *stakeholder*. Hal ini ditunjukkan agar perusahaan dapat mencapai tujuan yang telah direncanakan bersama.

1) Visi PT. Prudential Life Insurance

Menjadi perusahaan nomor satu Asia, dalam hal :

a. Pelayanan nasabah

Nasabah adalah kunci penting dalam bisnis asuransi, oleh karena itu pelayanan terhadap nasabah merupakan hal penting bagi PT. Prudential Life

²http://www.prudential.co.id/corp/prudential_in_id/header/aboutus/awardsandrecognitions/indexhtml, diakses pada tanggal 26 Agustus 2018 pukul 14:30 WIB

Insurance untuk mencapai tujuan yaitu menjadi perusahaan jasa keuangan nomor satu.

- b. Memberikan hasil terbaik bagi para pemegang saham Prudential memiliki komitmen yang tinggi untuk memberikan hasil yang memuaskan kepada para pemegang saham sehingga mereka akan terus memberikan dukungan yang lebih baik lagi demi keberhasilan perusahaan dalam perkembangannya.
- c. Mempekerjakan orang-orang terbaik untuk mendukung keberhasilan tujuan dan visi ini, PT. Prudential Life Insurance senantiasa mengembangkan kemampuan sumberdaya manusianya, baik para tenaga pemasaran maupun karyawan. Oleh karena itu, PT. Prudential Life Insurance sangat mengutamakan pendidikan, pelatihan dan pengembangan bagi para tenaga pemasaran dan karyawan sehingga tujuan dan misi perusahaan dapat dicapai dengan hasil terbaik.³

³<http://www.prulife.asia/2014/04/visi-dan-misi-prudential.html>, diakses pada tanggal 27 Agustus 2018 pukul 19:27 WIB

2) Misi PT. Prudential Life Insurance

Sebagai usaha untuk mewujudkan visi perusahaan, PT. Prudential Life Insurance mempunyai misi agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Misi PT. Prudential Life Insurance adalah “Menjadi perusahaan jasa keuangan ritel terbaik di Indonesia, melampaui pengharapan para nasabah, tenaga pemasaran, sifat dan pemegang saham dengan memberikan pelayanan terbaik, produk berkualitas, staf serta tenaga profesional yang berkomitmen tinggi serta menghasilkan pendapatan investasi yang menguntungkan.”⁴

Sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari misi, PT. Prudential Life Insurance memiliki empat pilar (*four pillars*), yaitu pondasi yang merupakan dasar berdiri dan berkembangnya perusahaan serta yang membedakannya dengan perusahaan-perusahaan lain. Berikut ini adalah Empat pilar tersebut:

⁴http://www.prudential.co.id/corp/prudential_in_id/header/aboutus/misionandcredo/index.html Diakses pada tanggal 28 Agustus 2018 pukul 14:30 WIB

- a. Semangat untuk menjadi yang terbaik
- b. Organisasi yang memberikan kesempatan belajar
- c. Integritas dan keuntungan yang merata bagi semua pihak yang terkait dengan perusahaan.

Meskipun misi dan empat pilar sudah menjelaskan arah dan tujuan perusahaan, untuk lebih memperkuatnya, PT. Prudential Life Insurance mengadopsi *Core Values* (prinsip-prinsip dasar) yang dikembangkan oleh *Prudential Corporation Asia* (PCA) sebagai panduan kepada setiap orang diperusahaan dalam bekerja. *Core Values* (prinsip-prinsip dasar) tersebut yaitu:

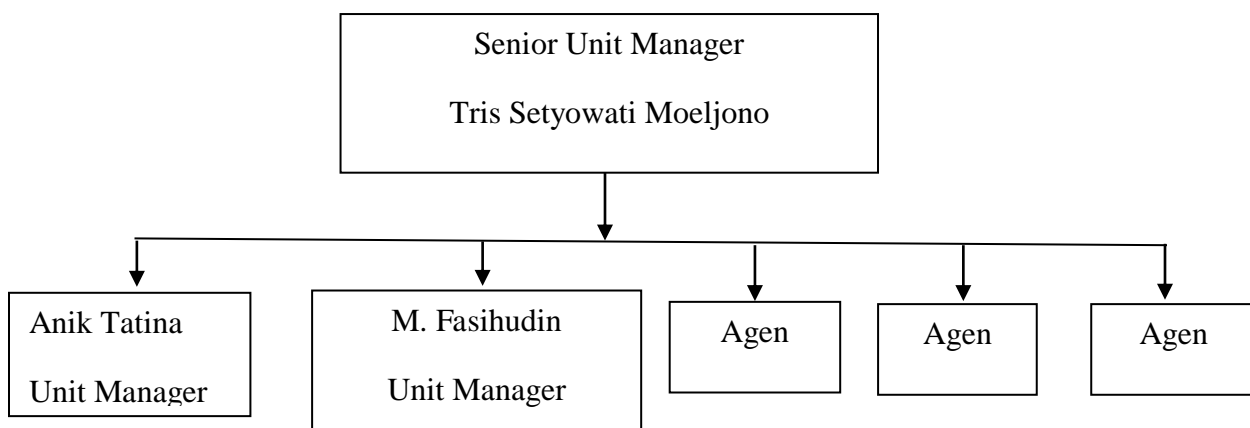
- a. Berinovasi rasa menciptakan peluang
- b. Menunjukkan rasa peduli dan memahami
- c. Bekerja sama
- d. Memberikan yang terbaik

3. Struktur Organisasi PT. Prudential Life Insurance Jakarta

Berikut ini adalah struktur organisasi PT. Prudential Life Insurance Prudensial pusat di Jl. Jen. Sudirman kav. 79 Prudential Tower, Setia Budi, Jakarta.

Tabel 4.1

STRUKTUR ORGANISASI



4. Produk-Produk PT. Prudential Life Insurance

Dari waktu ke waktu PT. Prudential Life Insurance selalu menciptakan inovasi baru dan menawarkan produk-produk yang sesuai untuk nasabah, mulai dari asuransi jiwa tradisional hingga asuransi jiwa yang berbasis investasi

baik yang berbasiskan konvensional maupun yang berbasis Syariah.⁵

1. Produk Perlindungan Terkait Investasi

a) *Prulink Assurance Account*

Prulink Assurance Account merupakan produk asuransi yang diluncurkan pada tahun 2000 dan merupakan produk *unit link* yang terpopuler di Indonesia. *Prulink Assurance Account* atau yang bisa disebut PAA ini mempunyai 2 jenis yaitu: PAA berbasiskan konvensional dan PAA yang berbasiskan syariah.

(1) *Prulink Assurance Account* berbasiskan konvensional

Prulink Assurance Account konvensional adalah produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi yang memberikan perlindungan asuransi jiwa dan keuntungan berinvestasi dan juga produk yang dirancang untuk memberikan *fleksibel* yang

⁵http://www.prudential.co.id/prudential_in_id/solutiond/viewall/diakses pada tanggal 29 Agustus 2018 pukul 09:17 WIB

dapat memenuhi kebutuhan dalam setiap tahapan kehidupan calon nasabah. Dalam produk PAA, usia minimal pemegang polis adalah 21 tahun dan usia tertanggung minimal 1-70 tahun (pada ulang tahunberikutnya). Manfaat utama dalam produk ini, nasabah atau pemegang polis akan menerima manfaat utama berupa pemberian perlindungan terhadap cacat total dan tetap.⁶

(2) *PRUlink Assurance Account* berbasis syariah

PRUlink Syariah Assurance Account adalah produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi yang memberikan perlindungan sekaligus keuntungan berinvestasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah tersebut adalah akad ijarah dan tabaru, akad tabaru disinimelibatkan hubungan antara pemegang polis/peserta satu dengan yang lain. Sedangkan akad tijarah digunakan pada transaksi yang melibatkan hubungan antara

⁶http://www.prudential.co.id/corp/prudential_in_id/solutions/invest/prulink-assurance-accout.htm di akses pada tanggal 30 Agustus 2018 Pukul 09:19 WIB

pemegang polis/peserta dengan PT. Prudential Life Insurance yang berfungsi melakukan tugas-tugas operasional dan administrasi pada perusahaan asuransi. Dalam produk ini, dana investasi akan dialokasikan pada 3 macam pilihan. Pertama, *PRUlink Syariah Rupiah Cash & Bound Fund*. Kedua, *PRUlink Syariah Rupiah Managed Fund*. Ketiga, *Prulink Syariah Rupiah Equity Fund*.⁷

b) *PRUlink Fixed Pay*

PRUlink Fixed Pay adalah produk unit link yang dirancang untuk memberikan *fleksibilitas* yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan disetiap tahapan kehidupan dengan manfaat kematian yang dijamin dan pilihan periode membayar premi yang pasti. Keistimewaan dari produk ini ialah jamiinan manfaat kematian (*guaranted death benefit*), adanya pemberian loyalty bonus berupa alokasi premi bagi nasabah yang terus melunasi pembayaran premi sampai periode 15 atau

⁷http://www.prudential.co.id/corp/prudential_in_id/solution/invest/pru-link-syariah-assurance-account.html diakses pada tanggal 30 Agustus 2018 pukul 09:20 WIB

20 tahun, adanya masa pembayaran premi yang dapat disesuaikan dengan keinginan nasabah (7, 10, 15 atau 20 tahun), nasabah

Dapat memilih pertanggungan jiwa sampai usia 65, 70, 75, 80, atau 85 tahun, adanya kesempatan bagi nasabah untuk melakukan investasi di salah satu atau kombinasi 7 jenis dana investasi yang tersedia serta nasabah dapat melakukan pengalihan dana (*Fund Switching*).⁸

c) *PRUlink Investor Account* diluncurkan pada tahun 1998, produk ini menjadikan PT.Prudential Life Insurance sebagai pelapor dari produk unit link ini. *PRUlink Investor Account* merupakan produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi dengan pembayaran premi satu kali yang menawarkan berbagai pilihan dana investasi. Disamping mendapatkan potensi hasil investasi, produk ini juga akan memberikan perlindungan

⁸http://www.Prudential.co.id/corp/prudential_in_id/solutions/invest/prulink-fixed-pay-hmtI diakses pada tanggal 30 Agustus 2018 pukul 09:25 WIB

komprehensif terhadap resiko kematian atau resiko menderita cacat total dan tetap.⁹

Produk ini memberikan keluasan bagi pemegang polis untuk memilih investasi yang memungkinkan tingkat pengembalian investasi yang baik dijangka panjang, sesuai dengan kebutuhan dan profil resiko pemegang polis. *Produk PRUlink Investor Account (PIA)* tersedia dalam 2 pilihan produk yaitu produk PIA yang berbasiskan konvensional dan produk PIA yang berbasiskan syariah.¹⁰

d) *PRU My Child*

PRU My Child merupakan produk pertama di Indonesia yang menyediakan perlindungan jiwa terkait investasi untuk anak sejak sebelum dilahirkan. *PRU My Child* memberikan perlindungan yang komprehensif mulai saat anak dalam kandungan, dilahirkan, sampai

⁹http://www.prudential.co.id/corp/prudential_in_id/splutions/invest/prulink-assurance-account.html Diakses pada tanggal 30 Agustus 2018 pukul 09:38 WIB

¹⁰http://www.prudential.co.id/corp/prudential_in_id/splutions/invest/prulink-assurance-account.html Diakses pada tanggal 30 Agustus 2018 pukul 09:38 WIB

dewasa. Mulai dari perlindungan kesehatan, finansial dan pendidikan. Produk ini memiliki beberapa keistimewaan berupa perlindungan jiwa komprehensif untuk anak sejak dalam kandungan sampai dewasa, perlindungan terhadap kelainan bawaan pada anak, tidak ada proses underwriting untuk janin/calon bayi, jumlah pertanggungan jiwa anak sampai dengan Rp. 500 juta dan produk asuransi *PRU My Child* menyediakan 17 jenis asuransi tambahan (*riders*) untuk melengkapi perlindungan jiwa anak.¹¹

2. Produk Perlindungan (Proteksi)

a. Asuransi Jiwa Berjangka

Asuransi Jiwa Berjangka Produk yang termasuk dalam asuransi jiwa berjangka ialah *PRU Life Cover*. *PRU Life Cover* merupakan produk asuransi jiwa yang memberikan perlindungan jika meninggal dunia sebelum akhir masa perlindungan *PRU Life Cover* atau menderita cacat total dan tetap sebelum usia 60 tahun. *PRU Life Cover* memberikan perlindungan masa pertanggungan sampai

¹¹http://www.prudential.co.id/corp/prudential_in_id/solutions/invest/prumay-child.html diakses pada tanggal 01 September 2018 pukul 09:41 WIB

dengan usia 99 tahun dan pilihan masa pembayaran premi sampai dengan 20 tahun.¹²

b. Asuransi Jiwa Tradisional

Produk yang termasuk dalam asuransi jiwa tradisional ialah *PRU Universal Life*. *PRU Universal life* adalah produk asuransi jiwa yang memberikan perlindungan asuransi jiwa serta pengelolaan dana dengan profil resiko investasi yang rendah, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di semua tahapan manusia.¹³

c. Asuransi Kecelakaan

Asuransi kecelakaan di PT. Prudential Life Insurance terdiri dari dua produk:

1) *PRU Accident Cover*

PRU Accident Cover memberikan perlindungan keuangan terhadap resiko kematian yang terjadi akibat kecelakaan sebelum tertanggung berusia 65 tahun.¹⁴

¹²http://www.prudential.co.id/corp/prudential_in_id/solutions/invest/p_rumay-child.html diakses pada tanggal 01 September 2018 pukul 09:42 WIB

¹³http://www.prudential.co.id/corp/prudential_in_id/solutions/invest/p_rumay-child.html diakses pada tanggal 01 September 2018 pukul 09:43 WIB

¹⁴http://www.prudential.co.id/corp/prudential_in_id/solutions/invest/p_rumay-child.html diakses pada tanggal 01 September 2018 pukul 09:44 WIB

2) *PRU Accident Plus*

PRU Accident Plus adalah asuransi kecelakaan tanpa kewajiban untuk membeli produk asuransi lainnya. Produk asuransi ini membantu nasabah meminimalisir jumlah premi yang harus dibayar. *PRU Accident Plus* memberikan perlindungan komprehensif untuk resiko meninggal atau cacat tetap total. Kelebihan dari produk *PRU Accident Plus* yang lainnya ialah memberikan nasabah mendapatkan sejumlah bonus tambahan di tahun pertama apabila nasabah mengambil sekaligus tiga tahun dan akan diberikan secara otomatis pada saat perpanjangan polis.¹⁵

d. Asuransi kesehatan

Produk asuransi kesehatan yang dikeluarkan oleh PT. Prudential Life Insurance bernama *PRU Hospital Care*. *PRU Hospital Care* merupakan produk asuransi kesehatan khusus untuk rawat inap rumah sakit atau

¹⁵http://www.prudential.co.id/corp/prudential_in_id/solutions/invest/pumay-child.html diakses pada tanggal 01 September 2018 pukul 09:45 WIB

terpaksa harus menjalani perawatan di ICU (*Intensive Care Unit*). Operasi bedah, maupun kecelakaan misalkan ketika sedang melakukan perjalanan ke luar negeri. Pembayaran akan dilakukan berdasarkan jumlah hari nasabah menjalani perawatan.¹⁶

e. *Endowment*

PRU Protector Plan adalah produk *Endowment* yang dikeluarkan oleh PT. Prudential Life Insurance yang dirancang untuk menjamin nasabah dan keluarga dari kondisi yang tak diinginkan yang mungkin terjadi setiap saat dalam kehidupan. Sebagai kombinasi proteksi dan investasi. *PRU Protector Plan* menyediakan dana segar untuk nasabah dan keluarganya apabila diperlukan, sementara dana investasi akan tetap berjalan. Produk ini mempunyai kelebihan dari produk lainnya berupa pembayaran premi hanya selama 10 tahun sementara

¹⁶http://www.prudential.co.id/corp/prudential_in_id/solutions/invest/pumay-child.hmtl diakses pada tanggal 01 September 2018 pukul 09:41 WIB

proteksi jiwa akan terlindungi selama 10 tahun ke depan.¹⁷

B. Deskripsi Data

1. Karakteristik Responden

Berdasarkan pengumpulan data kuesioner yang disebarkan kepada nasabah maka diketahui diskripsi responden

a) Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki – Laki	35	58,33%
Perempuan	25	41,66%
Jumlah	60	100%

. Sumber: Hasil Pengelolaan Data Primer

Berdasarkan tabel 4.2 di atas maka dapat dijelaskan bahwa dari jumlah responden 60, diketahui

¹⁷http://www.prudential.co.id/corp/prudential_in_id/solutions/invest/pumay-child.html diakses pada tanggal 01 september pukul 09:49 WIB

jenis kelamin terbanyak adalah laki-laki 58,33% atau 35 orang, sedangkan perempuan 41,66% atau 25 orang.

b. Berdasarkan Usia

Tabel 4.3

Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	17 < 23	10	16,7%
2	23 – 28	17	28,3%
3	29 – 34	21	35%
4	>34	12	20%
Jumlah		60	100%

Berdasarkan tabel 4.3 di atas bahwa karakteristik responden berdasarkan usia, responden terbanyak adalah usia 29-34 tahun yaitu 35% dengan jumlah 21 orang, responden terendah adalah usia 17 < 23 tahun yaitu 16,7% dengan jumlah 10 orang.

2. Distribusi Data Variabel Independen

a) Statistk Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1)

Berikut ini adalah hasil olah data yang didapat dari jawaban responden melalui koesioner yang disebar.

Tabel 4.4
Statistik Deskriptif Kualitas Produk (X1)

Statistics
KUALITAS PRODUK

N	Valid	60
	Missing	0
Mean		41,78
Std. Error of Mean		,430
Median		41,00
Mode		40
Std. Deviation		3,330
Variance		11,088
Range		14
Minimum		34
Maximum		48
Sum		2507

Sumber: Output SPSS V 22

Dari tabel diatas, secara empirik diketahui data variabel kualitas produk diperoleh nilai rata-rata (mean)

sebesar 41,78, median sebesar 41,00, modus (mode) sebesar 40, setandar deviasi sebesar 3,330, varians sebesar 11,088, range sebesar 14, nilai minimum 34 dan nilai maksimum 48.

b) Statistik Deskriptif Variabel Religiusitas (X2)

Berikut ini adalah hasil olah data yang didapat dari jawaban responden melalui koesioner yang disebar.

Tabel 4.5
Statistik Deskriptif Variabel Religiusitas (X2)
Statistics

RELIGIUSITAS

N	Valid	60
	Missing	0
Mean		32,07
Std. Error of Mean		,299
Median		32,00
Mode		34
Std. Deviation		2,313
Variance		5,351
Range		7
Minimum		28
Maximum		35
Sum		1924

Sumber: Output SPSS V 22

Dari tabel diatas, secara empirik diketahui data variabel religiusitas diperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 32,07, median sebesar 32,00, modus (made) sebesar 34, standar deviasi sebesar 2,313, varians sebesar 5,351, range sebesar 7, nilai minimum 28 dan maksimum 35.

c) Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Tabel 4.6
Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Statistics

KEPUTUSAN NASABAH

N	Valid	60
	Missing	0
Mean		22,48
Std. Error of Mean		,204
Median		23,00
Mode		23
Std. Deviation		1,578
Variance		2,491
Range		5
Minimum		20
Maximum		25
Sum		1349

Sumber: Output SPSS V 22

Dari tabel diatas, secara empirik diketahui data variabel Keputusan Nasabah diperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 22,48, median sebesar 23,00, modus (made) sebesar 23, standar deviasi sebesar 1,578, range sebesar 5, nilai minimum 20 dan maksimum 25.

C. Pengujian Persyaratan Analisis

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a) Uji Validitas

Setelah semua data terkumpul maka untuk menguji apakah kuesioner yang dibagikan tersebut valid atau tidak maka dilakukan uji validitas. Hasil uji validitas dapat dilihat dari hasil pengolahan data dengan program *SPSS Versi 22*. Berdasarkan perhitungan *SPSS Versi 22* bisa dilihat dari perhitungan korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat suatu validitas suatu item pernyataan dan untuk menetapkan suatu item layak atau tidak digunakan hasil perhitungan reliabilita, asumsi

kelasik dan uji regresi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
ITEM1	0,714	>0,2542	Valid
ITEM2	0,466	>0,2542	Valid
ITEM3	0,685	>0,2542	Valid
ITEM4	0,516	>0,2542	Valid
ITEM5	0,370	>0,2542	Valid
ITEM6	0,272	>0,2542	Valid
ITEM7	0,658	>0,2542	Valid
ITEM8	0,570	>0,2542	Valid
ITEM9	0,378	>0,2542	Valid
ITEM10	0,522	>0,2542	Valid

Sumber: Olah data SPSS V 22

Berdasarkan hasil output SPSS versi 22 dapat dilihat pada *corrected item-total correlations*, inilah nilai korelasi yang diperoleh. Selanjutnya untuk dapat

diputuskan instrumen tersebut valid atau tidak, maka nilai tersebut dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Dengan $n-2 = 60-2=58$ dengan tingkat signifikansi 0,05 maka didapat r_{tabel} sebesar 0,2542 karena nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen Kualitas Produk (X1) mempunyai nilai yang valid.

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas (X2)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
ITEM1	0,778	>0,2542	Valid
ITEM2	0,675	>0,2542	Valid
ITEM3	0,778	>0,2542	Valid
ITEM4	0,657	>0,2542	Valid
ITEM5	0,561	>0,2542	Valid
ITEM6	0,620	>0,2542	Valid
ITEM7	0,330	>0,2542	Valid

Sumber: Olah data SPSS V 22

Berdasarkan hasil output *SPSS versi 22* dapat dilihat pada *corrected item-total correlations*, inilah nilai

korelasi yang diperoleh. Selanjutnya untuk dapat diputuskan instrumen tersebut valid atau tidak, maka nilai tersebut dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Dengan $n-2 = 60-2=58$ dengan tingkat signifikansi 0,05 maka didapat r_{tabel} sebesar 0,2542 karena nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen Religiusitas (X2) mempunyai nilai yang valid.

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
ITEM1	0,532	>0,2542	Valid
ITEM2	0,419	>0,2542	Valid
ITEM3	0,255	>0,2542	Valid
ITEM4	0,318	>0,2542	Valid
ITEM5	0,430	>0,2542	Valid

Sumber: Olah data SPSS V 22

Berdasarkan hasil output *SPSS versi 22* dapat dilihat pada *corrected item-total correlations*, inilah nilai korelasi yang diperoleh. Selanjutnya untuk dapat

diputuskan instrumen tersebut valid atau tidak, maka nilai tersebut dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Dengan $n-2 = 60-2=58$ dengan tingkat signifikansi 0,05 maka didapat r_{tabel} sebesar 0,254 karena nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen Keputusan Nasabah (Y) mempunyai nilai yang valid.

b) Uji Reliabilitas

Dari uji reliabilitas yang dilakukan pada ketiga variabel maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coefficient	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	10 item pertanyaan	0,825	Reliabel
Religiusitas (X2)	7 item pertanyaan	0,855	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	5 item pertanyaan	0,632	Reliabel

Sumber: Olah data SPSS V 22

Berdasarkan Hasil dari *Cronbach's Alpha* dari tabel 4.10 dapat diketahui bahwa koefisien reliabilitas variabel kualitas produk sebesar 0,825, koefisien reliabilitas variabel religiusitas sebesar 0,855, serta koefisien reliabilitas variabel keputusan nasabah sebesar 0,632. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach's Alpha* $>0,60$ dengan demikian dapat dikatakan reliabel.

D. Analisis Data

a. Pengujian Asumsi Klasik

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas selanjutnya penulis akan melakukan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas yang akan dijelaskan seperti di bawah ini:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Adanya normalitas adalah dengan melihat titik-titik pada sumbu diagonal pada grafik. Berdasarkan hasil perhitungan *SPSS*

versi 22 diperoleh hasil uji normalitas data sebagaimana ditunjukkan pada grafik histogram dan grafik normal P.Plot sebagai berikut:

Tabel 4.11
Uji Normalitas Data Dengan Kolmogrov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,20288543
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,083
	Positive	,061
	Negative	-,083
Test Statistic		,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

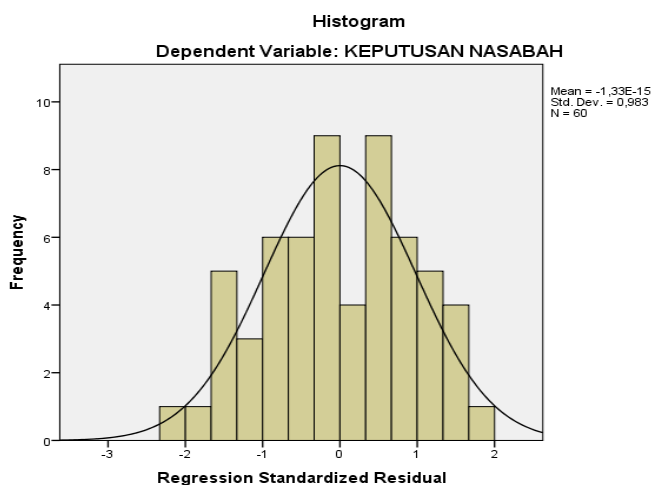
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Olah data SPSS V 22

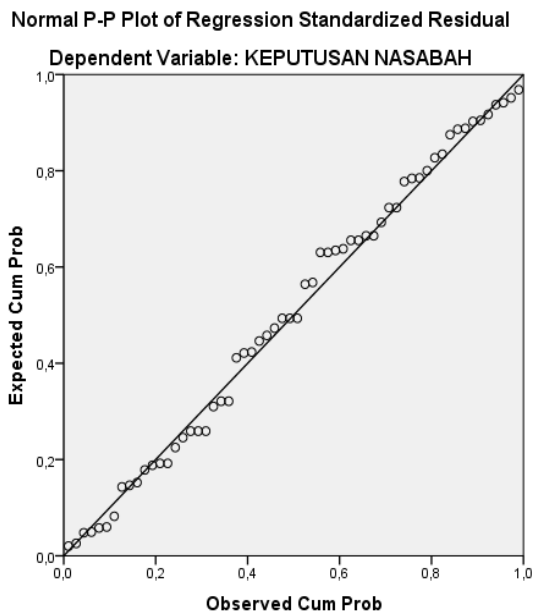
Berdasarkan tabel *Kolmogrov-Semirnov* Test Tabel 4.11 dapat disimpulkan sebagai berikut: Diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal.



Gambar 4.1
Histogram Uji Normalitas

Sumber: Olah data SPSS V 22

Berdasarkan histogram di atas dapat disimpulkan bahwa kurva berbentuk lonceng serta data berdistribusi normal dan bentuk simetris tidak miring ke kanan atau ke kiri. Selain itu uji normalitas dapat dilihat pada Grafik Normal P.Plot sebagai berikut:



Gambar 4.2

P.Plot Uji Normalitas

Sumber: Olah data SPSS V 22

Berdasarkan hasil dari pengujian normalitas variabel di atas yang di uji dengan standar P.Plot adalah berupa gambar yang titik-titiknya mendekati disekitar garis diagonal. Hal tersebut berarti uji normalitas sudah terpenuhi atau model garis telah berdistribusi normal. Dan menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu adanya hubungan linier antara variabel independen dalam model regresi. Syarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinieritas. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji multikolinieritas dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi, pada umumnya jika *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai *tolerance* < 1 atau multikolinieritas dengan variabel bebas yang lainnya.

Tabel 4.12
Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Produk	,998	1,002	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Religiusitas	,998	1,002	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Olah data SPSS V 22

Berdasarkan tabel *coefficients* 4.12 menunjukkan bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) variabel Kualitas Produk (X1) dan variabel Religiusitas (X2) adalah 1,002 yang berarti nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) < 10 . Dilihat dari nilai *tolerance* < 1 . Dengan demikian dari hasil pengolahan dengan *SPSS versi 22* tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak ada multikolinieritas.

3. Uji Heterokedastisitas

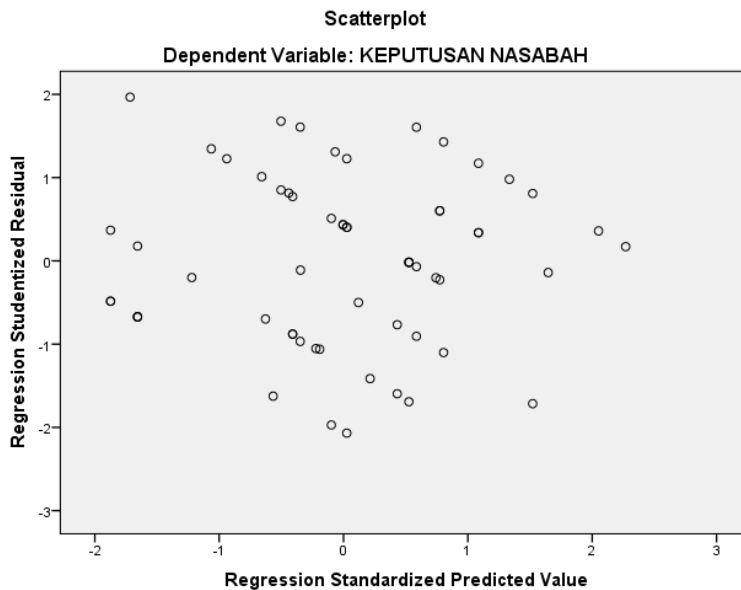
Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui tidak adanya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas. Yaitu adanya ketidak samaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas, maka dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada gambar *scatterplot*, dengan dasar analisis sebagai berikut:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang,

melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.

- b) Jika tidak ada pola yang jelas, secara titik-titik menyebar di atas dan di bawah 0 maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Berikut ini gambar *scatterplot* yang akan menunjukkan ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas adalah sebagai berikut:



Gambar 4.3

Uji Heterokedastisitas

Sumber: Olah data SPSS V 22

Dari *scatterplot* di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar di atas dan di bawah 0. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

b. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis ini dimaksud untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah. Dan hasil pengolahan data dengan bantuan *software SPSS versi 22* sebagai berikut:

Tabel 4.13
Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,965	3,051		,972	,335
KUALITAS PRODUK	,223	,048	,470	4,650	,000
RELIGUSITAS	,318	,069	,467	4,619	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Sumber: Olah data SPSS V 22

Dari hasil pengolahan di atas dengan bantuan *software SPSS versi 22* disusun persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 2,965 + 0,223 X_1 + 0,318 X_2$$

Dimana:

Y= Keputusan Nasabah

X1= Kualitas Produk

X2= Religiusitas

A= Konstanta

b₁b₂= Angka arah / Koefisien regresi

Kriteria :

Jika sig < 0,05 maka hipotesis diterima

Jika sig > 0,05 maka hipotesis ditolak

Sesuai dengan persamaan regresi di atas maka diperoleh:

X1 = 0,000 < 0,05 maka hipotesis diterima atau variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Nasabah (Y).

$X_2 = 0,000 < 0,05$ maka hipotesis diterima atau variabel Religiusitas (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Nasabah (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 4.14

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,647 ^a	,419	,399	1,224

a. Predictors: (Constant), RELIGUSITAS, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Sumber: Output SPSS V 22

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,419. Selanjutnya digunakan perhitungan koefisien determinasi (KD) untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah.

$$KD = (R^2) \times 100\%$$

$$\begin{aligned}KD &= 0,647^2 \times 100\% \\ &= 0,419 \times 100\% \\ &= 41,9\%\end{aligned}$$

Hal ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1) dan Religiusitas (X2) memberikan kontribusi sebesar 41,9% terhadap Keputusan Nasabah (Y), sedangkan sisanya 58,1% dipengaruhi variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

E. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel tersebut signifikan atau tidak. Untuk membuktikan hal tersebut di atas dilakukan uji t (uji persial) dan uji F (uji simultan) sesuai dengan hasil *output SPSS versi 22* sebagai berikut:

1. Uji Signifikansi Parameter Secara Simultan (Uji F)

Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih asuransi syariah.

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, maka dibuat hipotesis :

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah.

H_a : Ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah.

Untuk mengetahui apakah variabel kualitas produk (X1) dan religiusitas (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan nasabah (Y), maka dilakukan uji F yaitu dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Berikut ini adalah kriteria pengujian dalam uji F.

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.15

**Uji Secara Simultan (Uji F)
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	61,614	2	30,807	20,570	,000 ^b
	Residual	85,369	57	1,498		
	Total	146,983	59			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

b. Predictors: (Constant), RELIGUSITAS, KUALITAS PRODUK

Sumber: Olah data SPSS V 22

Dengan tingkat keyakinan sebesar 5% atau 0,05.

$$Df_1 = K - 1 (3 - 1) = 2$$

$$Df_2 = N - K (60 - 3) = 57$$

Diketahui nilai F_{tabel} sebesar 3,16. Dari hasil perhitungan didapat nilai $F_{\text{hitung}} = 20,570$, untuk menentukan apakah pengaruh signifikan atau tidak, maka dilakukan perbandingan nilai $F_{\text{hitung}} = 20,570 > F_{\text{tabel}} 3,16$.

Berdasarkan kriteria uji diatas dan hasil perhitungan, dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama kualitas produk dan religiusitas mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah.

2. Uji t

Untuk mengetahui tingkat signifikan hipotesis antara variabel Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Nasabah (Y). Hal ini dapat dilihat dari *coefficients* yang dihasilkan dengan menggunakan *software SPSS versi 22*. Untuk menguji apakah hipotesis yang ditetapkan semula diterima atau ditolak, maka dilakukan perbandingan antara nilai t_{hitung}

dengan t_{tabel} . Dalam uji peneliti menggunakan bantuan *software SPSS versi 22* untuk mengetahui nilai t_{hitung} .

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Tabel 4.16

Uji Secara Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,965	3,051		,972	,335
	KUALITAS PRODUK	,223	,048	,470	4,650	,000
	RELIGUSITAS	,318	,069	,467	4,619	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Sumber: Olah data SPSS V 22

Dengan menggunakan tes uji 2 arah dan tingkat signifikansi sebesar 0,05 atau 5% dengan derajat kebebasan $(df) N - K - 1 = 60 - 3 = 57$, maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1.672.

a) Variabel Kualitas Produk (X1)

H_0 : Secara persial tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan nasabah.

H_a : Secara persial ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan nasabah.

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t_{hitung} . Sedangkan nilai yang dihasilkan dari uji hipotesis untuk t_{hitung} Kualitas Produk sebesar 4,650. Diketahui nilai t_{tabel} sebesar 1.672. karena nilai t_{tabel} lebih besar dari t_{hitung} (t_{hitung} 4,650 < t_{tabel} 1.672), maka H_a ditolak H_0 diterima. Hal ini membuktikan tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan nasabah.

b) Variabel Religiusitas (X2)

H_0 : Secara persial tidak ada pengaruh yang signifikan antara religiusitas terhadap keputusan nasabah.

H_a : Secara persial ada pengaruh signifikan antara religiusitas terhadap keputusan nasabah.

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t_{hitung} . Sedangkan nilai yang dihasilkan dari uji hipotesis untuk t_{hitung} religiusitas sebesar 4,619. Diketahui nilai t_{tabel} sebesar 1.672. karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} 4,619 > t_{tabel} 1.672$), maka H_0 ditolak H_a diterima. Hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara religiusiat terhadap keputusan nasabah.

F. Pembahasan Hasil Peneliti

Setelah dilakukan berbagai uji hipotesis maka diperoleh hasil yang akan dikemukakan dalam pembahasan ini. Dari hasil tersebut akan menjawab pertanyaan yang diuraikan sebelumnya dalam rumusan masalah pada penelitian ini. Adapun hasil dari penelitian ini diantaranya :

1. Kualitas produk terhadap keputusan nasabah terdapat pengaruh yang signifikan hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian uji t. Diketahui nilai t_{tabel} sebesar 1.672. karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} 4,650 < t_{tabel} 1.672$), maka H_a ditolak H_0 diterima. Hal ini berarti bahwa tidak ada pengaruh

yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan nasabah.

2. Religiusitas terhadap keputusan nasabah terdapat pengaruh yang signifikan hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian uji t. Diketahui nilai t_{tabel} sebesar 1.672. karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} 4,619 > t_{tabel} 1.672$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara religiusitas terhadap keputusan nasabah.
3. Dari hasil uji koefisien determinasi dihasilkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,419. Dengan demikian besarnya pengaruh kualitas produk dan religiusitas terhadap keputusan nasabah yaitu sebesar 41,9%.
4. Secara simultan dengan tingkat keyakinan sebesar 5% atau 0,05 didapatkan F_{tabel} sebesar 3,16. Dari hasil perhitungan didapat nilai $F_{hitung} = 20,570$, untuk menentukan apakah pengaruhnya signifikan atau tidak, maka dilakukan perbandingan nilai $F_{hitung} = 20,570 > F_{tabel} 3,16$. Berdasarkan kriteria uji diatas dan hasil perhitungan, dapat disimpulkan

bahwa secara bersama-sama (simultan) kualitas produk dan religiusitas mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah.

Dari hasil analisa secara kuantitatif dapat dijelaskan bahwa kualitas produk (X1) dan religiusitas (X2) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah (Y) dalam memilih asuransi syariah PT. Prudential Life Insurance Cilegon. Dan Kualitas Produk (X1) dan Religiusitas (X2) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap Keputusan Nasabah (Y) dalam memilih asuransi syariah.