

BAB IV

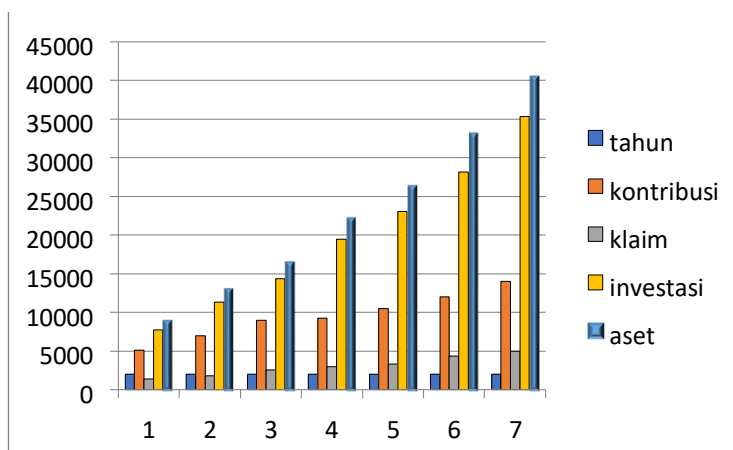
PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum PT Prudential KPM BJ8 Cabang Banjarmasin

Indonesia baru memiliki perusahaan asuransi syariah pertama pada tahun 1994 dengan berdirinya perusahaan Asuransi Takaful Umum dan Asuransi Takaful Keluarga pendiriannya pun merupakan rekomendasi dan upaya dari tim TEPATI (Tim Pembentuk Takaful Indonesia) Dan pada tahun 2017 Indonesia memiliki 63 perusahaan Asuransi Syariah yang terdiri dari 30 Asuransi Jiwa Syariah 30 Asuransi Umum Syariah dan 3 Reasuranssi Syariah yang tersebar di seluruh indonesia.

Gambar 4.1



OJK, 2018

Perekembangan asuransi syariah di indonesia telah didukung oleh perangkat regulasi baik Undang-undang, peraturan menteri keuangan, peraturan OJK, fatwa dewan syariah nasional, dan standar akuntansi dari ikatan akuntan 83 indonesia. PT

Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) dengan menggabungkan pengalaman internasional Prudential di bidang asuransi jiwa dengan pengetahuan tata cara bisnis lokal, Prudential Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia. Asuransi Prudential berdiri sejak tahun 2012 di Banjarmasin yang di pimpin oleh komisaris utamanya yaitu Bapak Hawari Tanjaya, dan pada tahun 2018 didirikanlah PT.Prudential Life Assurance KPM BJ8 Cabang Banjarmasin. KPM merupakan singkatan dari Kantor Pelayanan Mandiri dan diberikan kode BJ8 karena berada di Banjarmasin yang tepatnya di jalan A.Yani KM. 8 yang diberi nama KPM ini dengan PT. Amala Abadi Jaya Dan kode ini pun tidak sama setiap Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) seperti halnya dengan kampung melayu itu Kodenya BJ1 dan berbeda setiap KPM penamaannya . (Indira:2021)

PT Prudential KPM BJ8 Cabang Banjarmasin ada struktur organisasinya yang menunjang pemasaran di kantor pemasaran mandiri ini meliputi:

- Komisaris Utama : Indira Fitriyani
- Direktur Pemasaran : Kartini
- Administrasi : Desy
- Agen Resmi : 25 Orang
- Penjaga Kebersihan : 1 Orang

Jam kerja operasional PT Prudential KPM BJ8 Cabang Banjarmasin dibuka pelayanan setiap hari Senin- Sabtu dari jam 09.00-17.00 tapi untuk hari sabtu hanya sampai jam 09.00-13.00 Serta jika hari libur untuk pelayanan administrasi juga ditiadakan. Kecuali untuk pelayanan purna jual bersama agen akan tetap

berlangsung jika nasabah kebingungan mengenai polis atau produk yang mereka ambil atau perlu tambahan rider dari produk yang telah mereka beli sebelumnya .

Dengan legalitas perusahaan sebagai berikut:

Nama perusahaan	:	PT Prudential Life Assurance KPM BJ8 Cabang Banjarmasin.
Bidang usaha	:	Perusahaan asuransi perencanaan keuangan dan layanan investasi
Alamat	:	Jalan Ahmad Yani No.21 Kelurahan Pemurus Luar Kecamatan Kertak Hanyar Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan, 70654.
Nomer Telp	:	081249953838
Web	:	http://www.prudential.co.id
E-mail	:	Pru.alexandria@gmail.com
Facebook	:	Prudential Banjarmasin
Instagram	:	prudentialbanjarmasin1

Tabel 4.1

2. Logo resmi PT Prudential KPM BJ8 Cabang Banjarmasin



Gambar 4.2

3. Visi Misi PT Prudential KPM BJ8 Cabang Banjarmasin

Visi:

- Menjadi Agency solid, sehat dan kuat melalui support kantor pemasaran mandiri yang terintegrasi dengan pengelolaan yang profesional.

Misi:

- Menghasilkan pertumbuhan perusahaan yang berkesinambungan melalui sistem manajemen berkualitas tinggi dan pendekatan inovatif.
- Meningkatkan kualitas pelayanan dengan menerapkan sikap profesional.
- Menjadi mitra yang dapat diandalkan melalui sistem yang kuat dan terintegrasi.
- Memberikan dukungan kepada perencana keuangan melalui pelatihan dan pembelejaran yang selalu up to date
- Mencetak perencana keuangan yang mampu saling bekerja sama dilandasi rasa kebersamaan.

Motto:

Bring better future together we are stronger

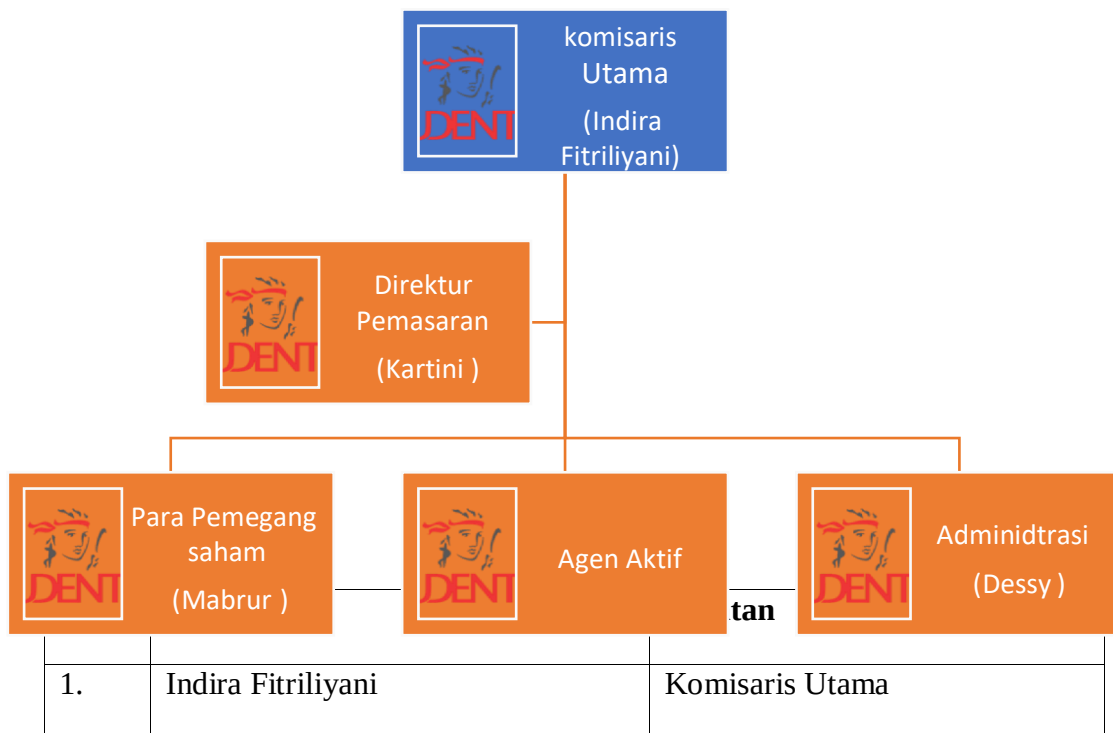
Pru Future team

Success Formula 3 PM

- Personal Sales (Produktif sebagai produser pribadi dalam penjualan)
- Personal Recruitment (produktif dalam merekrut rekan bisnis dan pengembangan tim)

- Personal Development (Terus melakukan Pengembangan diri meliputi kemampuan, sikap dan kebiasaan)
- Motivate (mampu memotivasi diri dan rekan sekerja untuk meningkatkan prosuktifitas)
- Monitoring (melakukan pengawasan serta bimbingan kepada rekan sekerja mencapai tujuan)
- Manage (Mampu mengatur tim dan rekan dalam bekerja serta mencapai tujuan)

4. Struktur Organisasi PT Prudential KPM BJ8 Cabang Banjarmasin



2.	Kartini	Direktur Utama
3.	Mabrur	Para pemegang saham
4.	Desy	Admin
5.	Agus muliawan	Agen
6.	Arfawi	Agen
7.	Wahyuli dwindiansih	Agen
8.	Andri kesuma	Agen
9.	Erni yuli wulandari	Agen
10.	Para Pemegang Saham	
11.		

Tabel 4.2

5. Produk yang tersedia PT Prudential KPM BJ8 Cabang Banjarmasin dan yang sering / banyak closing

Untuk produk dibawah ini merupakan produk unggulan prudential karena banyak sekali yang bergabung asuransi melewati produk ini terutama yang banyak closing penjualan produk adalah Kesehatan, jiwa dan kritis untuk proteksi yang banyak digunakan.

a. Pru Syariah Generasi Baru (PSGB)

Dalam setiap langkah kehidupan, berbagai kemungkinan dan risiko bisa terjadi. Prudential memahami bahwa dalam menghadapi itu semua, jika seseorang ingin senantiasa mengikuti hati nurani dan berpegang teguh pada prinsip-prinsip yang diyakini. Serta lebih bijaksana jika kita telah mempersiapkan diri dan keluarga Anda sejak dini untuk menghadapi segala

kemungkinan pada masa depan dengan perlindungan diri dan investasi terbaik yang tentunya tetap sejalan dengan hati dan prinsip Anda. PRULink syariah generasi baru adalah produk asuransi jiwa terkait investasi (unit link) dengan prinsip syariah yang memberikan perlindungan berupa Santunan Asuransi apabila Peserta Yang Diasuransikan meninggal dunia hingga usia 99 tahun dan dikaitkan dengan investasi.

b. Unit Link

Unit link merupakan produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi dan memberikan dua manfaat sekaligus dalam satu polis, yaitu manfaat perlindungan serta manfaat investasi yang juga memiliki risiko sesuai dengan dana investasi yang dipilih. Selain itu juga Memiliki Fungsi Ganda Produk asuransi jiwa unit link memiliki dua manfaat sekaligus, yaitu perlindungan dan investasi dalam satu polis. Fleksibel karena Dapat Menambah Manfaat Jika Anda merasa manfaat perlindungan masih kurang maka bisa juga menambah manfaat kesehatan (rider) lainnya sesuai kebutuhan.

c. Tradisional

Asuransi Tradisional dengan flexibilitas pembayaran 5/10/15 tahun. Proteksi sakit kritis hingga usia 88 tahun. 100% uang pasti kembali jika tidak mengalami resiko hingga usia 88 tahun.

d. Pru Cinta

Asuransi Jiwa Syariah PRUCinta (PRUCinta) merupakan produk asuransi jiwa syariah dari PT Prudential Life Assurance (Prudential

Indonesia) yang menyediakan perlindungan komprehensif selama 20 tahun masa kepesertaan terhadap risiko meninggal dunia dan meninggal dunia karena kecelakaan. Selain itu produk ini juga memberikan perpanjangan masa kepesertaan tanpa pemeriksaan kesehatan dan manfaat jatuh tempo dalam bentuk Nilai Tunai dari dana Nilai Tunai di akhir masa kepesertaan. Kelebihan prucinta 100% santunan Asuransi dari Dana Tabarru' dan Nilai Tunai dari Dana Nilai Tunai apabila Peserta Yang Diasuransikan meninggal dunia selama dalam masa kepesertaan.

e. Pru Cerah

Asuransi Jiwa Syariah PRUCerah merupakan produk Asuransi Jiwa yang sesuai prinsip syariah dari PT Prudential Sharia Life Assurance (Prudential Syariah). Produk ini memberikan Manfaat Dana Pendidikan, yang memberikan manfaat berupa Penarikan Tunai Sekaligus serta Penarikan Tunai Bulanan selama 4 tahun. Selain itu untuk menjamin keberlangsungan Pendidikan Anak Anda maka produk ini memberikan Manfaat Bebas Kontribusi jika Anda Meninggal Dunia, mengalami Cacat Tetap dan Total atau Terkena Kondisi Kritis (khusus plan PRUCerah Plus) Produk ini tersedia dalam mata uang Rupiah, dan memberikan Manfaat Asuransi selama Polis masih aktif.

6. Perjanjian atau masa kontrak asuransi PT Prudential KPM BJ8 Cabang Banjarmasin

Perjanjian atau masa kontrak yang berlaku adalah 2 tahun jadi setiap 2 tahun harus di upgrade kembali secara berkala sama seperti aplikasi

penunjang Pru Force juga harus di update berkala untuk memudahkan pemasaran yang berlangsung karena kita dapat membuat ilustrasi calon nasabah yang akan di prospek didalamnya, terlebih polis merupakan bukti autentik akta mengenai adanya perjanjian asuransi. Dan didalamnya pun ada termuat beberapa komponen penting tentunya yang berisi perjanjian asuransi yaitu sebagai berikut:

- a. Deklarasi, yang berisi data yang berkaitan dengan nasabah seperti, nama, alamat, jenis dan lokasi objek asuransi, jangka waktu penutupan, perhitungan besarnya premi dan informasi tambahanlainnya yang berkaitan.
- b. Perjanjian Asuransi, yang berisi kesanggupan perusahaan asuransi untuk mengganti kerugian atas objek yang di asuransikan.
- c. Pernyataan Polis, yang berisi kondisi objek, batas pembayaran, permintaan pembatalan, prosedur pengajuan klaim, asuransi ganda, dan subrogasi.
- d. Pengecualian, memuat penyebutan dengan jelas musibah yang diluar penutupan asuransi.
- e. Kondisi Pertanggungan, merupakan kondisi objek yang diasuransikan.
- f. Polis ditanda tangani oleh perusahaan asuransi.

7. Manfaat asuransi PT Prudential KPM BJ8 Cabang Banjarmasin

- a. Asuransi dapat membuat masyarakat dan perusahaan dalam keadaan aman, dengan membeli polis asuransi para pengusaha atau masyarakat

menjadi tenang jiwanya karena dialihkan resiko akan kerugian yang besar.

- b. Efisiensi perusahaan dapat dipertahankan karena adanya jaminan asuransi.
- c. Asuransi dapat menjadi pemberian kredit oleh bank
- d. Asuransi merupakan bentuk tabungan (Saving)
- e. Asuransi dapat dipandang sebagai sumber pendapatan dan permodalan baik para perusahaannya maupun pemegang polis.
- f. Asuransi merupakan bentuk ikhtiar mengaihkan risiko ketika ada musibah yang tidak di kehendaki menimpa.

8. Keunggulan PT Prudential KPM BJ8 Cabang Banjarmasin di bandingkan Prudential cabang lainnya.

Asuransi Prudential KPM BJ8 Cabang Banjarmasin sangat banyak menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan para calon nasabahnya jadi sangat ber variatif yang sesuai dengan pangsa pasar calon nasabah supaya dapat *closing*. Pengelolaan perusahaan sangat penting dalam usaha perasuransian.

- a. Mengoptimalkan nilai perusahaan perasuransian bagi kepentingan khususnya pemegang polis, tertanggung, peserta, atau pihak yang berhak memperoleh manfaat.
- b. Meningkatkan pengelolaan perusahaan perasuransian secara profesional, transparan, efektif dan efisien.
- c. Meningkatkan kepatuhan perusahaan perasuransian agar dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakan dilandasi etika yang

tinggi.

- d. Mewujudkan perusahaan perasuransian yang lebih sehat dan dapat diandalkan serta amanah dan kompetitif
- e. Meningkatkan kontribusi perusahaan perasuransian dalam perekonomian nasional.

9. Kendala yang dihadapi saat pemasaran di PT Prudential KPM BJ8 Cabang Banjarmasin

Hal ini tentunya yang menghambat visi misi perusahaan terwujud dengan efektif karena sebagian agen ada yang tidak menerapkan secara penuh strategi yang telah dirancang untuk melakukan pemasaran dan juga kurang sabarnya agen dalam melakukan pemasaran. Berikut beberapa kendala yang sering terjadi saat penemasaran asuransi syariah melewati media sosial

Kendala dari sisi agen

- a. Agen tidak konsisten setiap harinya *mengupload* produk yang di tawarkan di media sosial yang dia miliki.
- b. Penguasaan prodak tidak begitu komprehensif atau menyeluruh jadi saat dilapangan tidak terlalu paham apa yang ingin disampaikan kepada calon nasabah yang akan di prospek.

1) Kendala dari sisi nasabah

- a. Tidak mengikuti alur perkembangan zaman serta tidak memiliki akun media sosial apapu.

- b. Tidak memahami penjelasan yang diberikan karena penyampaian hanya melewati ssosial media saja perlu adanya ruang untuk menjelaskan secara lebih jelas apa yang di sampaikan agen.

B. Deskripsi Umum Objek Penelitian

PT Prudential Life Assurance KPM BJ8 Cabang Banjarmasin merupakan unit pemasaran resmi Prudential Indonesia yang khusus menangani layanan asuransi syariah di wilayah Kalimantan Selatan. Perusahaan ini memfasilitasi nasabah dengan berbagai produk berbasis syariah seperti PRUlink Syariah, PRUprime Healthcare Syariah, dan PRUsafe Guard. Kantor ini memiliki sistem pemasaran aktif berbasis konsultan keuangan dan layanan digital yang didukung oleh tingkat edukasi produk secara berkala.

C. Rekapitulasi Data Penelitian

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden disajikan berdasarkan variabel demografi yang relevan, seperti jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan lama menjadi nasabah. Tujuannya adalah untuk mengetahui latar belakang responden dalam konteks loyalitas dan preferensi terhadap asuransi syariah.

Tabel 4.2.1 Jenis kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentasi
Laki-laki	39	39%
Perempuan	61	61%
Jumlah	100	100%

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner, Data yang diolah tahun 2025

Penjelasan: Berdasarkan pada tabel 4.2.1 diatas dapat dilihat menunjukkan bahwa sebagian besar mayoritas responden adalah perempuan (61%). Hal ini mencerminkan bahwa perempuan lebih dominan dalam pengambilan keputusan atau pengelolaan keuangan rumah tangga, termasuk dalam memilih layanan asuransi syariah.

Tabel 4.2.2 Usia Responden

Rentang usia	Frekuensi	Presentasi
18–25 tahun	20	20%
26–35 tahun	47	47%
36–45 tahun	25	25%
>45 tahun	8	8%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2025

Penjelasan: Berdasarkan Usia 26-35 tahun mendominasi responden (47%), yang merupakan usia produktif dan aktif secara ekonomi, serta menjadi target potensial dalam pemasaran asuransi syariah.

Tabel 4.2.2 Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Frekuensi	Presentasi
SMA/SMK	32	32%
Diploma/Sarjana	58	58%
Pascasarjana	10	10%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2025

Penjelasan: Berdasarkan table 4.2.2 diatas dapat dilihat bahwa responden dengan pendidikan sarjana keatas mencapai 68%, menunjukkan bahwa mayoritas nasabah asuransi syariah memiliki literasi keuangan yang relatif baik.

Tabel 4.2.2 Lama Menjadi Nasabah

Lama Bergabung	Frekuensi	Presentasi
< 1 tahun	12	12%
1–3 tahun	43	43%
4-6 tahun	31	31%
>6 tahun	14	14%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2025

Penjelasan: Berdasarkan Tabel 4.2.2 diatas dapat dilihat bahwa Sebanyak 74% responden telah menjadi nasabah lebih dari 1 tahun. Hal ini memberikan validitas bahwa respondent telah memiliki cukup pengalaman dalam menilai layanan dan produk asuransi syariah yang mereka gunakan.

4.3 Rekapitulasi Data Penelitian

Rekapitulasi ini bertujuan untuk menggambarkan tanggapan responden terhadap seluruh pernyataan dalam kuesioner berdasarkan tiga variabel utama, yaitu:

- 1) Premi (X_1) – 5 item pernyataan
- 2) Transparansi Informasi (X_2) – 5 item pernyataan

3) Loyalitas Nasabah (Y) – 5 item pernyataan

Masing-masing pernyataan menggunakan **skala Likert 1–5**, dari *Sangat Tidak Setuju (STS)* sampai *Sangat Setuju (SS)*.

Tabel 4.3.1 Rekapitulasi Variabel Premi (X 1)

Pernyataan	Rata-rata	Kategori
Premi yang saya bayarkan sesuai dengan manfaat yang diterima	4,32	Sangat Setuju
Saya mampu membayar premi setiap bulan tanpa kesulitan	4,18	Setuju
preJumlah premi sudah sesuai dengan prinsip syariah	4,26	Setuju
Pembayaran premi tidak memberatkan saya	4,09	Setuju
Premi memberikan perlindungan finansial yang adil	4,23	Setuju
Rata-rata keseluruhan	4,22	Setuju

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2025

Penjelasan: Berdasarkan Tabel 4.3.1 diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa premi yang mereka bayarkan sesuai manfaat dan tidak memberatkan. Ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap premi diprudential syariah cenderung positif.

Tabel 4.3.2 Rekapitulasi Variabel Transparansi Informasi (X 2)

Pernyataan	Rata-rata	Kategori
Informasi polis disampaikan dengan jelas dan lengkap	4,12	Setuju
Proses klaim dijelaskan secara terbuka	4,05	Setuju
Informasi produk asuransi mudah diakses oleh nasabah	4,10	Setuju
Petugas memberikan penjelasan secara rinci dan transparan	4,19	Setuju
Laporan penggunaan dana investasi syariah dapat diakses dengan mudah	3,98	Setuju
Rata-rata keseluruhan	4,09	Setuju

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2025

Penjelasan: Berdasarkan Tabel 4.3.2 diatas dapat dilihat bahwa transparansi informasi tergolong baik. Hal ini tercermin dari skor rata-rata >4 yang menunjukkan bahwa nasabah merasa cukup puas dengan keterbukaan informasi dari pihak perusahaan.

Tabel 4.3.3 Rekapitulasi Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Pernyataan	Rata-rata	Kategori
Saya akan terus menggunakan asuransi syariah prudential	4,25	Setuju
Saya merekomendasikan produk ini kepada orang lain	4,31	Sangat Setuju
Saya merasa puas menjadi nasabah asuransi syariah prudential	4,28	Setuju
Saya percaya terhadap sistem dan manajemen perusahaan ini	4,21	Setuju
Saya merasa memiliki keterikatan jangka panjang terhadap produk	4,10	Setuju
Rata-rata keseluruhan	4,23	Setuju

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2025

Penjelasan: Berdasarkan Tabel 4.3.3 diatas dapat dilihat bahwa tingkat loyalitas nasabah termasuk tinggi. Rata-rata nilai di atas 4 mengindikasikan bahwa nasabah mereka puas, percaya, dan bersedia tetap menggunakan serta merekomendasikan asuransi ini.

4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (valid), serta hasilnya konsisten atau stabil (reliabel). Analisis ini menggunakan bantuan SPSS versi 26.

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan teknik korelasi Pearson Product Moment antara skor setiap item pernyataan dengan total skor variabelnya. Kriteria validitas:

- **$r \text{ hitung} > r \text{ tabel (0,195)}$ untuk $N = 100$ ($df = n - 2$, $\alpha = 0,05$)**
- **$\text{Sig. (2-tailed)} < 0,05$**

Iya

Tabel 4.4.1 Hasil output SPSS – Variabel Premi (X 1):

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Sig.	keterangan
X1.1	0,721	0,195	0,000	Valid
X1.2	0,684	0,195	0,000	Valid
X1.3	0,745	0,195	0,000	Valid
X1.4	0,703	0,195	0,000	Valid
X1.5	0,767	0,195	0,000	Valid

Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS tahun 2025

Semua item pada variabel Premi memiliki nilai **$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$** dan **$\text{sig} < 0,05$** , sehingga dapat disimpulkan bahwa **seluruh item pernyataan valid**.

Begitu juga untuk variabel Transparansi Informasi (X_2) dan Loyalitas Nasabah (Y), semua item menunjukkan hasil yang valid:

output ringkasan:

Variabel	Semua Item Valid	Rerata r hitung	Sig. < 0,05
Premi (X ₁)	Ya	0,724	Ya
Transparansi (X ₂)	Ya	0,706	Ya
Loyalitas Nasabah (Y)	Ya	0,752	Ya

Sumber: data primer diolah tahun 2025

4.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas diuji dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Kriteria:

Cronbach's Alpha $\geq 0,6 \rightarrow$ Reliabel

Semakin mendekati 1, semakin baik reliabilitasnya

Hasil Output SPSS:

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Premi (X ₁)	0,841	Reliabel
Transparansi (X ₂)	0,826	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,853	Reliabel

Sumber: data primer diolah tahun 2025

Penjelasan: Semua variabel memiliki nilai **Alpha > 0,8**, yang berarti bahwa

instrumen kuesioner sangat reliabel, sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.5 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Uji ini penting untuk memastikan bahwa data memenuhi syarat agar hasil regresi valid secara statistik.

Uji asumsi klasik yang digunakan meliputi:

- Uji Normalitas
- Uji Multikolinearitas
- Uji Heteroskedastisitas

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Digunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dan didukung oleh grafik histogram serta P-P Plot residual.

Kriteria:

Jika Sig. (p-value) $> 0,05 \rightarrow$ Data berdistribusi normal

Hasil SPSS:

Kolmogorov-Smirnov	Statistik	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Residual	0,066	0,200	Normal

Penjelasan: Nilai Sig. sebesar $0,200 > 0,05$ menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal. Grafik histogram dan P-P plot juga menunjukkan sebaran mendekati garis diagonal.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah terdapat hubungan antar variabel independen (Premi dan Transparansi Informasi) yang terlalu tinggi, yang dapat mengganggu model regresi.

Kriteria:

Tolerance > 0,10

VIF < 10

Hasil SPSS:

Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
Premi (X 1)	0,732	1,366	Tidak ada multikolinearitas
Transparansi (X 2)	0,732	1,366	Tidak ada multikolinearitas

Sumber: data primer yang diolah tahun 2025

Penjelasan: Kedua variabel memiliki nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,10. Ini berarti tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terjadi penyebaran residual yang tidak konstan. Uji dilakukan dengan:

- Uji Glejser
- Analisis scatterplot (visual)

Kriteria:

Jika nilai Sig. > 0,05 → Tidak terjadi heteroskedastisitas

Tabel Hasil SPSS – Uji Glejser

Variabel Independen	Sig.	Keterangan
Premi (X ₁)	0,316	Tidak Heteroskedastisitas
Transparansi (X ₂)	0,401	Tidak Heteroskedastisitas

Penjelasan: Karena semua nilai Sig. > 0,05, maka model bebas dari heteroskedastisitas.

Kesimpulan: Data memenuhi semua asumsi klasik, sehingga layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda dan uji pengaruh variabel moderasi (MRA).

4.6 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Premi (X₁) dan Transparansi Informasi (X₂) secara simultan maupun parsial terhadap Loyalitas Nasabah (Y).

Model regresi linear yang digunakan adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

4.6.1 Hasil Output SPSS – Coefficients

Model	Unstandardized B	Std. Error	T	Sig.
(Constant)	1,274	0,299	4,259	0,000
Premi (X ₁)	0,482	0,088	5,477	0,000
Transparansi (X ₂)	0,362	0,089	4,067	0,000

Persamaan Regresi:

$$Y = 1,274 + 0,482X_1 + 0,362X_2$$

4.6.2 Interpretasi:

Koefisien Premi (X₁) sebesar 0,482 menunjukkan bahwa jika persepsi terhadap

premi meningkat satu satuan, maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 0,482 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan.

Koefisien Transparansi (X_2) sebesar 0,362 juga menunjukkan pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

Sig. $< 0,05$ pada kedua variabel menunjukkan bahwa secara parsial, Premi dan Transparansi Informasi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas.

4.6.3 Uji Simultan (ANOVA)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	47,268	2	23,634	47,133	0,000
Residual	48,992	97	0,505		
Total	96,260	99			

Karena nilai Sig. = 0,000 $< 0,05$, maka secara simultan, Premi dan Transparansi Informasi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

4.6.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Model R	R^2	Adjusted	R^2	Std. Error
1	0,700	0,490	0,480	0,710

Nilai $R^2 = 0,490$ berarti bahwa 49% variasi loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh variabel premi dan transparansi informasi, sementara sisanya 51% dipengaruhi oleh

variabel lain di luar model ini.

Kesimpulan Regresi Linear Berganda:

Premi dan Transparansi Informasi terbukti secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Model ini cukup kuat dengan Adjusted R² sebesar 48%.

4.7 Uji Regresi Moderasi (Moderated Regression Analysis – MRA)

Uji ini digunakan untuk melihat apakah Transparansi Informasi (X₂) dapat memoderasi hubungan antara Premi (X₁) dan Loyalitas Nasabah (Y).

Langkah Analisis MRA (SPSS 26)

Model moderasi dilakukan dengan menambahkan interaksi antara Premi dan Transparansi Informasi:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 (X_1 \times X_2) + e$$

Dimana:

= Premi

= Transparansi Informasi

= Interaksi antara Premi dan Transparansi

Tabel 4.7.1 Hasil Output SPSS – Coefficients (MRA)

Variabel	B	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	1,112	0,348	3,195	0,002
Premi (X ₁)	0,369	0,111	3,324	0,001
Transparansi Informasi (X ₂)	0,298	0,109	2,734	0,007
Interaksi (X ₁ * X ₂)	0,164	0,076	2,158	0,034

4.7.2 Interpretasi

Koefisien Interaksi sebesar 0,164 dengan nilai Sig. = 0,034 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa interaksi antara Premi dan Transparansi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas.

Artinya, Transparansi Informasi mampu memoderasi (memperkuat) hubungan antara Premi dan Loyalitas Nasabah.

Tabel 4.7.3 Uji R² Model Moderasi

Model R	R²	Adjusted	R²	Std. Error
MRA	0,732	0,536	0,520	0,678

Nilai R² meningkat dari 0,490 (regresi berganda biasa) menjadi 0,536 setelah menambahkan variabel moderasi. Artinya, kehadiran transparansi informasi meningkatkan daya prediksi model sebesar 4,6%.

Kesimpulan Uji Moderasi:

Transparansi Informasi secara signifikan memoderasi hubungan antara Premi dan Loyalitas Nasabah. Artinya, semakin tinggi transparansi informasi, semakin kuat pengaruh premi terhadap loyalitas nasabah.

