

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Allianz memulai bisnisnya di Indonesia dengan membuka kantor perwakilan di tahun 1981. Pada tahun 1989, allianz mendirikan PT Asuransi Allianz Utama Indonesia (perusahaan asuransi umum). Kemudian alliaz memasuki bisnis asuransi jiwa kesehatan dan dana pensiun dengan mendirikan PT Asuransi Allianz Life Indonesia di tahun 1996. Pada awalnya asuransi ini menyediakan produk-produk konvensional, di tahun 2016 Allianz Life Indonesia meluncurkan unit bisnis syariah dan mulai menjalankan bisnis asuransi mikro untuk melayani nasabah menengah ke bawah. Basis nasabah Allianz Life Indonesia mencakup nasabah individual hingga korporasi. Hingga akhir tahun 2017, Allianz Life Indonesia memperkejakan lebih dari 1.400 karyawan, dan memiliki 34.000 agen tersertifikasi, dan 8,3 juta nasabah bertanggung, dan 93 kantor keagenanan di 52 kota besar di Indonesia.

Allianz Life Indonesia bermitra dengan pihak perbankan, antara lain dengan HSBC, BTPN, Maybank, serta beberapa bank lain, untuk menawarkan produk-produk bancassurance, saat ini Allianz Life Indonesia merupakan perusahaan terdepan di industri asuransi jiwa, dengan berbagai penghargaan yang telah diterima di tahun 2017, termasuk Indonesia's Most Admired Company untuk kategori asuransi dari Warta Ekonomi. (Gunawan Kusuma, Dokumen Laporan Tahunan Allianz Life Indonesia, 2017, hlm. 12)

Unit Syariah PT. Asuransi Allianz Life Indonesia mulai menjalankan bisnisnya pada tahun 2006. Hal ini berdasarkan keputusan Menteri Keuangan Nomor: KEP-440/KM.5/2005 pada 20 Desember 2005 mengenai Pemberian Izin pembukaan kantor cabang dengan prinsip syariah dan Rekomendasi Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor: U-132/DSN-MUI/VII/2005 mengenai Rekomendasi Penetapan Dewan Pengawas Syariah (DPS). Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 21/DSN-MUI/X2001

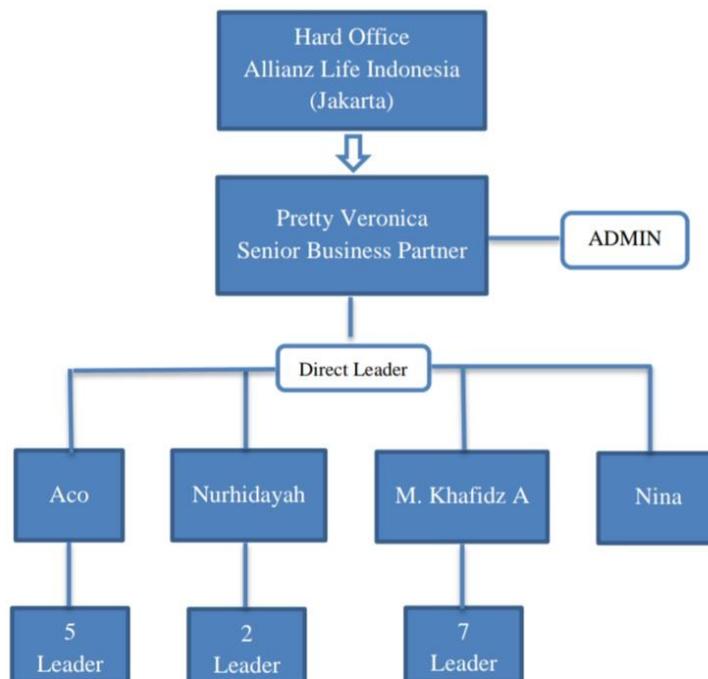
tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah, pengertian asuransi syariah adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan/ tabarru yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan prinsip syariah.

Berikut Visi dan Misi PT. Allianz Life Indonesia:

- a. Visi: Allianz *Insurance* adalah pilihan utama, merek terpercaya yang memberikan pengalaman yang tak terlupakan.
- b. Misi: Allianz *Insurance* dikenal sebagai penyedia perlindungan asuransi dan solusi keuangan dengan budaya kinerja tinggi untuk mencapai keuntungan berkelanjutan.

Tujuan: Perusahaan asuransi yang terpercaya dan diakui di Indonesia.

Gambar IV
Bagan Kepemimpinan Allianz Life Indonesia cabang Banjarmasin



Sumber: Allianz Life Indonesia cabang Banjarmasin

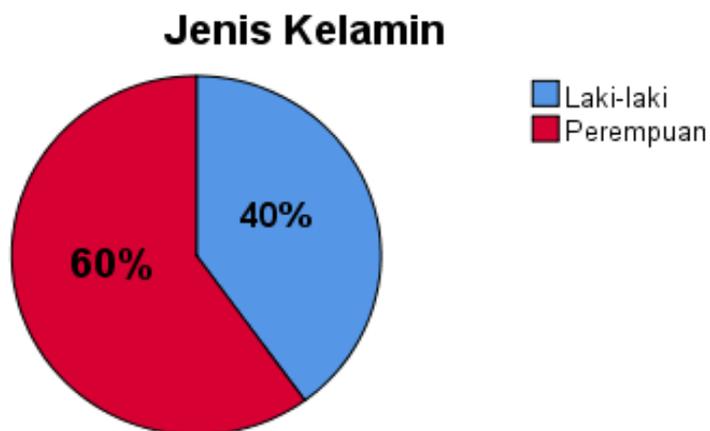
Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner penelitian kepada responden tentang Pengaruh Kualitas Produk Asuransi Syariah *Unit Link* terhadap Minat menjadi Nasabah. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Data kuesioner yang diperoleh dari responden merupakan suatu yang sangat penting dalam mengetahui karakteristik responden. Karakteristik responden yang dimaksud yakni:

2. Karakteristik Resonden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Allianz cabang Banjarmasin yang menjadi responden. Jumlah kuesioner yang diperoleh dari responden merupakan sesuatu yang penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

- a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Gambar I
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin



Sumber: Data diolah Laila, 2022

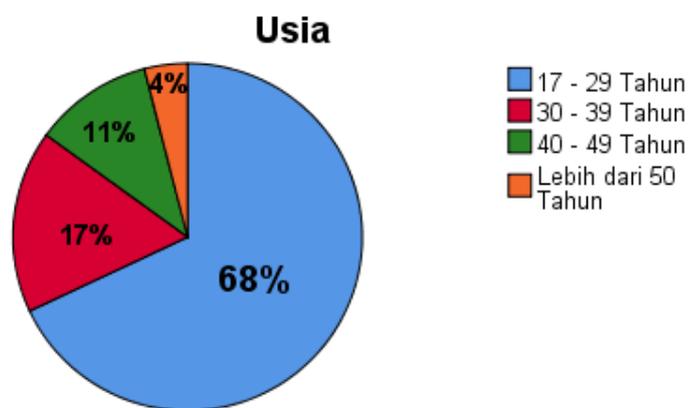
Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini yang menjadi subjek atau responden terdiri dari laki-laki sebanyak 40 orang (40%) dan perempuan sebanyak 60 orang (60%). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa

responden kebanyakan berjenis kelamin Perempuan yaitu sebanyak 60 orang (60%).

b. Karakteristik responden berdasarkan usia

Adapun karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat dari data uraian berikut ini.

Gambar II
Karakteristik responden berdasarkan usia



Sumber: Data diolah Laila, 2022

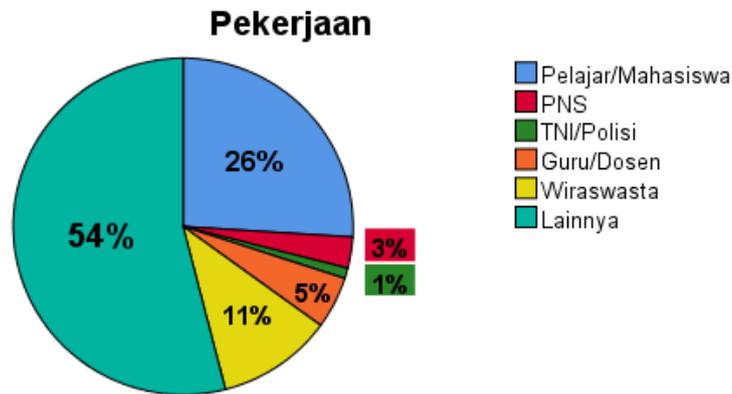
Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini yang menjadi subjek responden terdiri dari kateogore masa dewasa awal yang berusia 17-29 tahun sebanyak 68 orang atau 68%, dari kategori masa dewasa sedang yang berusia 30-39 tahun sebanyak 17 orang atau 17%, dari kategori dewasa akhir berusia 40-49 tahun sebanyak 11%, dari kategori lanjut usia yang berusia lebih dari 50 tahun sebanyak 4 orang atau 4%. dapat ditarik kesimpulan bahwa responden kebanyakan berusia 17-29 tahun yaitu sebanyak 68 orang.

c. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan lainnya

Adapun karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dilihat pada tabel berikut ini.

Gambar III

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan



Sumber: Data diolah Laila, 2022

Dari data di atas dapat disampaikan bahwa dalam penelitian ini yang menjadi subjek atau responden Pelajar/Mahasiswa sebanyak 26 orang (26%), sebagai PNS sebanyak 3 orang (3%), TNI/Polisi sebanyak 1 orang (1%), Guru/Dosen sebanyak 5 orang (5%), Wiraswasta sebanyak 11 orang (11%), dan Lainnya sebanyak 54 orang (54%). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan responden yang berprofesi sebagai Lainnya yaitu sebanyak 54 orang (54%).

3. Deskripsi Variabel

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, maka gambaran untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Asuransi Syariah Unit Link terhadap Minat menjadi Nasabah diuraikan sebagai berikut:

a. Penjelasan responden terhadap Variabel Kualitas Produk (X)

Untuk mengukur variabel Kualitas Produk pada responden, peneliti menggunakan 3 (tiga) indikator yaitu Kinerja produk, Keistimewaan tambahan, dan Keandalan.

Tabel I

Apakah produk asuransi unit link bermanfaat untuk anda

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	5	5%
2	Setuju	74	74%
3	Netral	21	21%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Laila, 2022

Berdasarkan tabel I diatas dapat disimpulkan bahwa menurut responden mengenai pernyataan “Apakah produk asuransi *unit link* bermanfaat untuk anda” sebanyak 5 orang (5%) yang memilih sangat setuju, 74 orang (74%) yang memilih setuju, sebanyak 21 orang (21%) memilih netral, responden yang memilih tidak setuju sebanyak 0 orang, dan responden yang memilih sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dari data diatas maka dapat dinyatakan banyak memilih setuju bahwa produk asuransi *unit link* bermanfaat.

Tabel II

Kinerja Produk Asuransi Unit Link Syariah sesuai dengan Prinsip Syariah

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	8	8%
2	Setuju	68	68%
3	Netral	24	24%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Laila, 2022

Berdasarkan tabel II diatas dapat disimpulkan bahwa menurut responden mengenai pernyataan “Kinerja produk asuransi *unit link* syariah sesuai dengan prinsip syariah” sebanyak 8 orang (8%) yang memilih sangat setuju, 68 orang (68%) yang memilih setuju, sebanyak 24 orang (24%) memilih netral, responden yang memilih tidak setuju sebanyak 0 orang, dan responden yang memilih sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dari data diatas maka dapat dinyatakan bahwa banyak orang memilih setuju kinerja asuransi *unit link* syariah sesuai dengan prinsip syariah.

Tabel III
Produk asuransi *unit link* syariah lebih unggul dibanding produk asuransi *unit link* konvensional

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	10	10%
2	Setuju	58	58%
3	Netral	32	32%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Laila, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa menurut responden mengenai pernyataan “Produk asuransi *unit link* syariah lebih unggul dibanding produk asuransi *unit link* konvensional” sebanyak 10 orang (10%) yang memilih sangat setuju, 58 orang (58%) yang memilih setuju, sebanyak 32 orang (32%) memilih netral, responden yang memilih tidak setuju sebanyak 0 orang, dan responden yang memilih sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dari data diatas maka dapat dinyatakan bahwa banyak memilih setuju produk asuransi *unit link* syariah lebih unggul dibanding produk asuransi *unit link* konvensional.

Tabel IV
Produk asuransi unit link syariah merupakan produk yang menguntungkan karena memberikan 2 manfaat dalam 1 produk

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	10	10%
2	Setuju	70	70%
3	Netral	20	20%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Laila, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa menurut responden mengenai pernyataan “Produk asuransi *unit link* syariah menempatkan investasi sesuai dengan syariah” sebanyak 10 orang (10%) yang memilih sangat setuju, 70 orang (70%) yang memilih setuju, sebanyak 20 orang (20%) memilih netral, responden yang memilih tidak setuju sebanyak 0 orang, dan responden yang memilih sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dari data diatas maka dapat dinyatakan bahwa banyak memilih setuju mengenai pernyataan Produk asuransi *unit link* syariah merupakan produk yang menguntungkan karena memberikan 2 manfaat dalam 1 produk.

Tabel V
Produk Asuransi *Unit Link* syariah menempatkan investasi sesuai dengan syariah

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	16	16%
2	Setuju	70	70%
3	Netral	14	14%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Laila, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa menurut responden mengenai pernyataan “Produk asuransi *unit link* syariah menempatkan investasi sesuai dengan syariah” sebanyak 16 orang (16%) yang memilih sangat setuju, 70 orang (70%) yang memilih setuju, sebanyak 14 orang (14%) memilih netral, responden yang memilih tidak setuju sebanyak 0 orang, dan responden yang memilih sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dari data diatas maka dapat dinyatakan bahwa banyak responden yang memilih setuju mengenai produk asuransi *unit link* syariah menempatkan investasi sesuai dengan syariah

b. Variabel Minat Nasabah (Y)

Untuk mengukur variabel Minat Nasabah pada responden, peneliti perlu menggunakan 3 (tiga) indikator yaitu Ketertarikan, Keinginan, dan Keyakinan.

Tabel VI
Terlebih dahulu mencari tau informasi produk Asuransi *Unit Link* syariah sebelum memutuskan untuk membelinya

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	64	64%
2	Setuju	35	35%
3	Netral	1	1%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Laila, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa menurut responden mengenai pernyataan “Terlebih dahulu mencari tau informasi produk asuransi *unit link* syariah sebelum memutuskan untuk membelinya” sebanyak 64 orang (64%) yang memilih sangat setuju, 35 orang (35%) yang memilih setuju, dan 1 orang (1%) yang memilih netral, dan tidak ada yang memilih tidak setuju, dan tidak ada yang memilih sangat tidak setuju. Dari data diatas maka dapat dinyatakan bahwa banyaknya yang memilih sangat setuju pada pernyataan terlebih dahulu mencari tau informasi produk asuransi *unit link* syariah sebelum memutuskan untuk membelinya.

Tabel VII
Produk Asuransi *Unit Link* syariah mempunyai manfaat jangka panjang

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	18	18%
2	Setuju	77	77%
3	Netral	5	5%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Laila, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa menurut responden mengenai pernyataan “Produk asuransi *unit link* syariah mempunyai manfaat jangka panjang” sebanyak 18 orang (18%) yang memilih sangat setuju, 77 orang (77%) yang memilih setuju, sebanyak 5 orang (5%) memilih netral, dan tidak ada responden yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data diatas maka dapat dinyatakan bahwa banyak responden yang setuju mengenai Produk asuransi *unit link* syariah mempunyai manfaat jangka panjang.

Tabel VIII
Produk ini mampu menarik minat karena memberikan 2 manfaat sekaligus

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	13	13%
2	Setuju	80	80%
3	Netral	7	7%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Laila, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa menurut responden mengenai pernyataan “Produk ini mampu menarik minat karena memberikan 2 manfaat sekaligus” sebanyak 13 orang (13%) yang memilih sangat setuju, 80 orang (80%) yang memilih setuju, sebanyak 7 orang (7%) memilih netral, tidak ada responden yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data diatas maka dapat dinyatakan bahwa banyak responden setuju bahwa Produk ini mampu menarik minat karena memberikan 2 manfaat sekaligus.

Tabel IX

Produk Asuransi *Unit Link* syariah sesuai dengan keinginan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	13	13%
2	Setuju	84	84%
3	Netral	3	3%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Laila, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa menurut responden mengenai pernyataan “Produk asuransi *unit link* syariah sesuai dengan keinginan” sebanyak 13 orang (13%) yang memilih sangat setuju, 80 orang (80%) yang memilih setuju, sebanyak 3 orang (3%) memilih netral, tidak ada responden yang memilih tidak setuju dan yang memilih sangat tidak setuju. Dari data diatas maka dapat dinyatakan bahwa banyak responden setuju dengan produk asuransi *unit link* syariah sesuai dengan keinginan.

Tabel X
Produk berbasis syariah lebih meyakinkan dibanding dengan produk Asuransi *Unit Link* konvensional

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	33	33%
2	Setuju	62	62%
3	Netral	5	5%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Laila, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa menurut responden mengenai pernyataan “Produk berbasis syariah lebih meyakinkan dibanding dengan produk asuransi *unit link* konvensional” sebanyak 33 orang (33%) yang memilih sangat setuju, 62 orang (62%) yang memilih setuju, sebanyak 5 orang (5%) memilih netral, responden tidak memilih tidak setuju dan tidak memilih sangat tidak setuju. Dari data diatas maka dapat dinyatakan bahwa banyak responden setuju bahwa produk berbasis syariah lebih meyakinkan dibanding dengan produk asuransi *unit link* konvensional.

Tabel XI
Produk Asuransi *Unit Link* syariah bermanfaat dimasa yang akan datang

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	43	43%
2	Setuju	54	54%
3	Netral	3	3%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Laila, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa menurut responden mengenai pernyataan “Produk asuransi *unit link* syariah bermanfaat dimasa yang akan datang” sebanyak 43 orang (43%) yang memilih sangat setuju, 54 orang (54%) yang memilih setuju, sebanyak 3 orang (3%) memilih netral, responden tidak ada memilih tidak setuju dan tidak ada memilih sangat tidak setuju. Dari data diatas maka dapat dinyatakan bahwa responden banyak setuju mengenai produk asuransi *unit link* syariah bermanfaat dimasa yang akan datang.

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian berupa uji validitas untuk mengukur tingkat kevaliditas sesuai instrumen yang dipakai, uji digunakan untuk menguji suatu kuesioner melihat pernyataan para responden tersebut apakah layak atau tidak digunakan sebagai data.

Valid tidaknya butir item dari pertanyaan variabel dapat dilihat dengan cara membandingkan nilai rhitung > rtabel. Pernyataan dapat dinyatakan valid jika *product moment pearson* dimana rhitung lebih besar dari rtabel. Dalam menentukan derajat bebas (*degree of freedom* = df), diperoleh dari jumlah sampel atau responden dikurangi 2, maka (df = N - 2), N = 100, maka df = 100 - 2 = 98 dengan signifikansi 5%.

Dari jumlah 100 sampel, maka diperoleh df = 100 dan rtabel = 0,1966 lihat pada lampiran rtabel). Jika rhitung > rtabel maka item pada pertanyaan tersebut valid. Sebaliknya jika rtabel < rhitung maka item pada pertanyaan tersebut tidak valid. Perhitungan uji validitas ini menggunakan program SPSS 26 *for windows*, adapun tabel uji validitas sebagai berikut:

Tabel XII
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item pernyataan	r- Hitung	r- Tabel 5% (100)	Keterangan
Kualitas Produk	X.1	0.571	0.196	Valid
	X.2	0.768	0.196	Valid
	X.3	0.834	0.196	Valid
	X.4	0.780	0.196	Valid
	X.5	0.680	0.196	Valid
Minat (Y)	Y.1	0.517	0.196	Valid
	Y.2	0.631	0.196	Valid
	Y.3	0.695	0.196	Valid
	Y.4	0.643	0.196	Valid
	Y.5	0.757	0.196	Valid
	Y.6	0.738	0.196	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS oleh Laila, 2022

Berdasarkan tabel XII diatas dapat dilihat bahwa nilai r_{hitung} dari semua item pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} . Maka dapat diketahui semua item pernyataan yang sudah disebar pada kuesioner adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Adapun hasil uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel XIII
Hasil uji reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Produk (X)	.785	Reliable
Minat Nasabah (Y)	.744	Reliable

Sumber: data primer yang diolah oleh Laila, 2022

Berdasarkan tabel XIII diatas terlihat seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* ≥ 0.60 . artinya variabel Kualitas Produk (X) dan Minat Nasabah (Y) dapat dikatakan reliabel.

Tabel XIV
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X)
Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.785	5

Sumber: Hasil olah data SPSS oleh Laila, 2022

Tabel XV
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Nasabah (Y)
Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.744	6

Sumber: Hasil olah data SPSS oleh Laila, 2022

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji statistik yang digunakan dalam menguji normalitas adalah uji statistik non-parametrik *kolmogorov-smirnov*. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam penelitian data berdistribusi normal atau tidak. Hasil yang digunakan dalam uji ini adalah data yang harus berdistribusi normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat *2-tailed significant*. Jika data memiliki tingkat signifikansi ≥ 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal. Adapun hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel XVI

Hasil Uji Sampel Kalmogrov-Smirnov

1) Test distribution is Normal

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.68476486
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.075
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.138 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

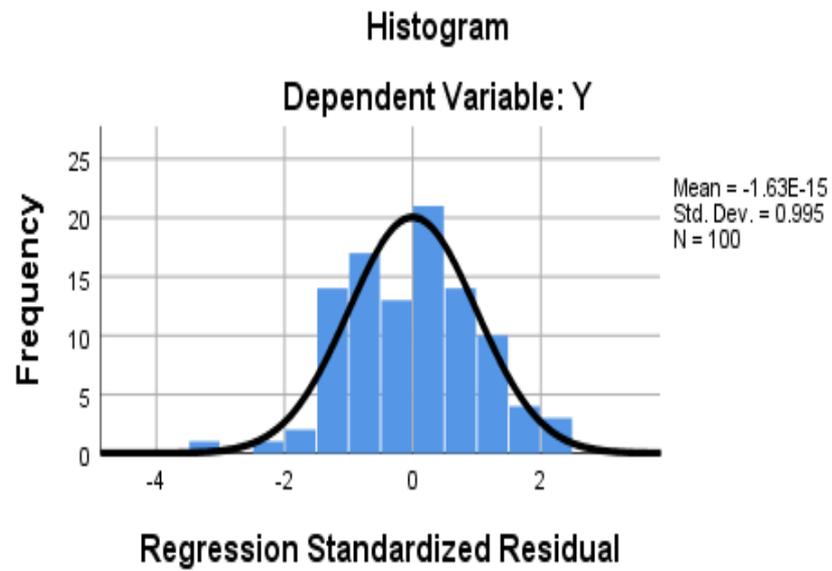
Sumber: Hasil olah data SPSS oleh Laila, 2022

Hasil uji normalitas pada tabel XVI menunjukkan bahwa data residual yang berdistribusi normal, yaitu *2-tailed significant* sebesar 0.138 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksinambungan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Ketentuan pengujian dengan menggunakan grafik plot *sntsr* nilai prediksi variabel dependen. Hasil yang diinginkan dalam uji ini, data harus tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk melihat apakah model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas dapat dilihat dari nilai signifikansi masing-masing variabel. Apabila nilai signifikansi ≥ 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun hasil output perhitungan uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Gambar V
Hasil uji histogram

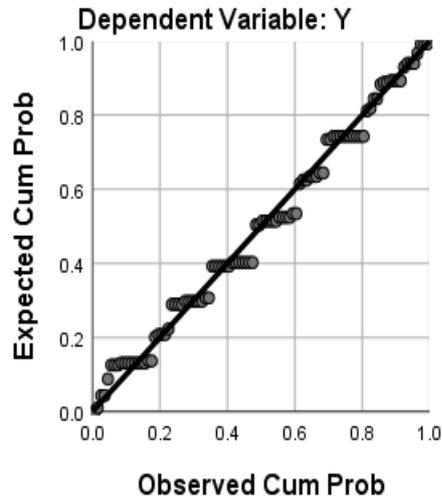


Sumber: Hasil olah data SPSS oleh Laila, 2022

Berdasarkan gambar diatas grafik histogram memberikan pola distribusi normal, karena tidak melenceng ke kiri atau ke kanan.

Gambar VI
Hasil Uji P-plot

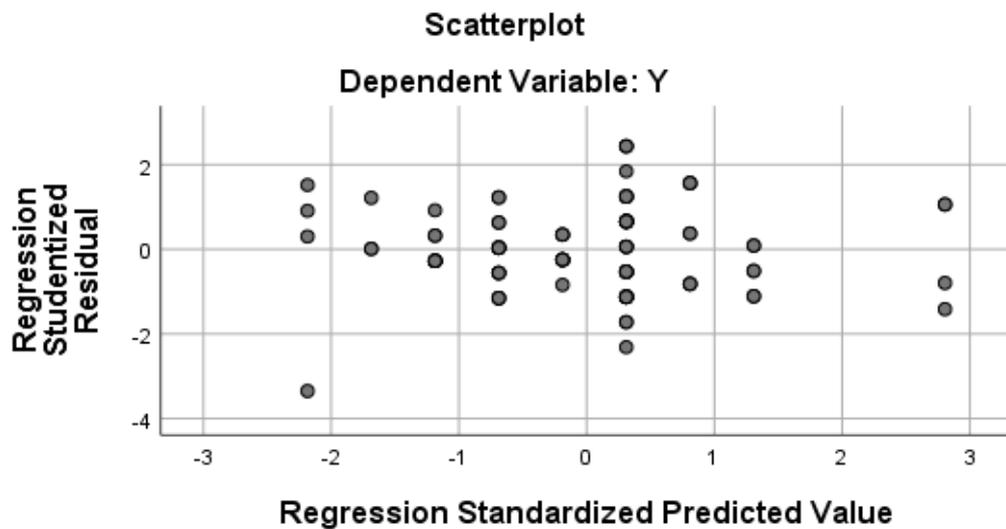
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Hasil olah data SPSS oleh Laila, 2022

Selanjutnya pada gambar (P-Plot) terlihat titik-titik mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa regresi memenuhi asumsi normalitas.

Gambar VII
Hasil uji heteroskedastisitas



Sumber: Hasil olah data SPSS oleh Laila, 2022

Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa pola titik-titik yang menyebarkan dalam grafik tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah terkait heteroskedasitas.

4. Uji Regresi Sederhana

Adapun model statistik yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Penggunaan teknik ini digunakan karena pada penelitian ini hanya meliputi dua variabel. Persamaan regresi linier dari Y terhadap X dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

X = Kualitas Produk (variabel bebas)

Y = Minat Nasabah (variabel terikat)

a = intersep

b = koefisien regrasi

Tabel XVIII

**Hasil uji regresi sederhana
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.328	1.655		9.869	.000
	Kualitas Produk X	.478	.085	.495	5.633	.000

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber: Hasil olah data SPSS oleh Laila, 2022

Pada tabel XVIII diketahui nilai konstan sebesar 16,328, sedangkan nilai Kualitas Produk sebesar 0,478 sehingga nilai regresinya dapat ditulis:

$$Y = 16,328 + 0,478X$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan:

- a. Konstanta sebesar 16,328 mengandung arti bahwa nilai tetap variabel keputusan pembelian sebesar 16,328
- b. Koefisien regresi X sebesar 0,478 menyatakan nilai Variabel Kualitas Produk sebesar 0,478. Koefisien regresi tersebut bernilai positif,

sehingga dapat dikatakan bahwa arah Kualitas Produk X terhadap variabel Y adalah positif.

5. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel kualitas produk maka dilakukan dengan pengujian yakni pengujian uji koefisien determinasi, uji t (uji parsial) dan uji f (uji simultan).

a. Uji Koefisien Determinasi R^2

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sebesar apa pengaruh yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Pengujian ini dengan melihat nilai S Square pada analisa yang diperoleh. Apabila angka koefisien determinasi R^2 semakin mendekati angka 1 maka semakin besar pengaruh yang diberikan.

Tabel XIX

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.495 ^a	.245	.237	1.693	.495 ^a

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X)

b. Dependent Variable: Minat Nasabah (Y)

Sumber: Hasil olah data SPSS oleh Laila, 2022

Dari hasil tersebut pada tabel XIX diperoleh koefisien determinasi R^2 sebesar 0,237 yang mana mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Kualitas Produk) terhadap variabel terikat (Minat Nasabah) sebesar 23,7 %. Sedangkan sisanya 0,763 atau 76,3% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi tiap-tiap variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji t dengan SPSS 26 *for windows* sebagai berikut:

Tabel XX

Hasil Uji t

T	Sig.
9.869	.000
5.633	.000

Sumber: Data diolah Laila, 2022

Pada tabel XX menunjukkan hasil uji t koefisien yang mana menjelaskan tentang uji t, sedangkan signifikansi untuk mengukur tingkat signifikansi dari uji t. Dalam regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

Ho: tidak ada pengaruh signifikan antara Kualitas Produk (X) terhadap minat menjadi nasabah pada PT. Allianz.

Ha: ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk (X) terhadap minat menjadi nasabah pada PT. Allianz.

Kriteria pengujian:

Dengan level signifikansi (α) = 0,05 atau 5% dengan *degree of freedom*

$$(df) = (n-k-1)$$

Ho: diterima dan Ha ditolak, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig > \alpha$

Ha: ditolak dan Ho diterima, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < \alpha$

Berikut hasil pengujian hipotesis pada variabel secara parsial:

1. Pengujian hipotesis pada variabel Kualitas Produk (X)

Berdasarkan tabel XX maka $t_{hitung} (5,633) > t_{tabel} (1,98472)$ dengan nilai signifikansi $(0,000) < (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga variabel mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menjadi nasabah pada PT. Allianz cabang Banjarmasin.

Setelah dianalisis berdasarkan hasil penelitian, seluruh pernyataan yang mewakili variabel kualitas produk berdominasi setuju dan direspon positif oleh responden, artinya mayoritas responden menyatakan setuju bahwa variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh besar terhadap minat menjadi nasabah asuransi syariah *unit link* karena dengan kualitas produk yang dimiliki dapat meningkatkan minat nasabah untuk mengikuti asuransi *unit link* syariah.

Berdasarkan uji t yang dilakukan diperoleh nilai signifikansi 0.000 dengan taraf signifikansi 5%, nilai signifikansi $0.000 \leq 0.05$ dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Variabel X mempunyai $t_{hitung} 5.633$ dengan $t_{tabel} = 1,98472$. jadi $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menjadi nasabah asuransi *unit link* syariah.

Berdasarkan hasil uji regresi sederhana diketahui nilai konstan sebesar 16,328 sedangkan nilai Kualitas Produk sebesar 0.478 koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif, sedangkan berdasarkan tabel XXI besarnya nilai korelasi / hubungan R^2 sebesar 0.497. dari hasil tersebut diperoleh koefisien determinasi R^2 sebesar 0.237, yang mana mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Kualitas Produk) terhadap variabel terikat (Minat Nasabah) sebesar 23,7%.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mampu menjelaskan pengaruh Kualitas Produk terhadap minat menjadi nasabah sebesar 23,7%, sedangkan sisanya 76,3% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel Kualitas Produk dan Minat Nasabah, tidak pada variabel lainnya atau diluar dari variabel Kualitas

Produk dan Minat Nasabah dari hasil koefisien regresi untuk kualitas produk sebesar 0,237 dengan arah positif. Maka artinya semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi pula minat menjadi nasabah. Hasil tersebut diperkuat dengan riset terdahulu dalam jurnal oleh Andre Octo dan Reni Shinta, (2021) berdasarkan hasil uji hipotesis kedua, variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hal tersebut diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi sebesar 0,641 (64,1%). Dapat dijelaskan bahwa pengaruh kualitas produk sebesar 64,1% sedangkan untuk sisanya 35,9% dijelaskan oleh faktor lain selain kualitas produk.