

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum

a. Sejarah Singkat PT. Takaful Keluarga Indonesia

PT. Takaful Keluarga merupakan perusahaan asuransi syariah yang pertama diindonesia dan pelopor bagi asuransi berbasis syariah yang didirikan atas prakarsa Tim Pembentuk Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI) yang dimotori oleh Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) melalui yaaysan Abadi Bangsa, Bank Muamalat Indonesia Tbk., Syarikat Takaful Malaysia Bhd., PT. Asuransi Jiwa Tugu Mandiri, Departemen Keuangan RI, serta beberapa pengusaha muslim lainnya.

PT. Takaful Keluarga memiliki beberapa perkembangan penting yaitu: pada tahun 2000, Permodalan Perusahaan Madani (PNM) menjadi salah satu pemegang saham melalui penempatan modal di perusahaan diikuti oleh Islamic Development Bank (IDB) pada tahun 2001. Syarikat Takaful Malaysia Bhd. yang turut memberikan dukungan dalam bidang teknis operasioanal ketika TEPATI terbentuk, dan pada tahun 2001 resmi menjadi pemegang saham mayoritas setelah menambah setoran modalnya sehingga semakin memperkuat permodalan di Takaful Indonesia.

PT. Takaful Keluarga pada mulanya bergerak disektor asuransi jiwa syariah yang dibentuk pada tanggal 4 agustus 1994 dan mulai beroperasi pada tanggal 25 agustus 1994 yang ditandai dengan peresmian oleh Menteri Keuangan Mar'ie Muhammad. Setelah itu perkembangan PT. Takaful Keluarga mulai meluas sehingga mendirikan anak perusahaan yang bergerak dibidang asuransi umum yaitu PT. Asuransi Takaful Umum yang diresmikan oleh Menteri Riset dan Teknologi/ Ketua BPPT Prof. Dr. B.J. Habibie pada juni 1995. Selama menjalankan perusahaan asuransi syariah, PT. Takaful keluarga meningkatkan kualitas pelayanan dalam menjaga konsistensinya sehingga mendapat sertifikat ISO 9001:2000 dari Det Norske Veritas (DNV) Belanda, dan memperoleh sertifikat ISO 9001:2008 sebagai standar internasional terbaru untuk sistem manajemen mutu, karena mendapat dukungan pemerintah dan tenaga professional yang berkomitmen untuk mengembangkan asuransi syariah.

b. Visi dan Misi PT. Takaful Keluarga

PT. Takaful Keluarga yang merupakan asuransi berbasis syariah memiliki tujuan untuk saling tolong menolong dalam menghadapi risiko kerugian yang terjadi kepada salah seorang nasabah dengan cara mengganti dari uang yang telah di kumpulkan dari hasil premi untuk meringankan beban mereka. Islam juga mengajarkan masyarakat untuk saling bahu membahu dalam

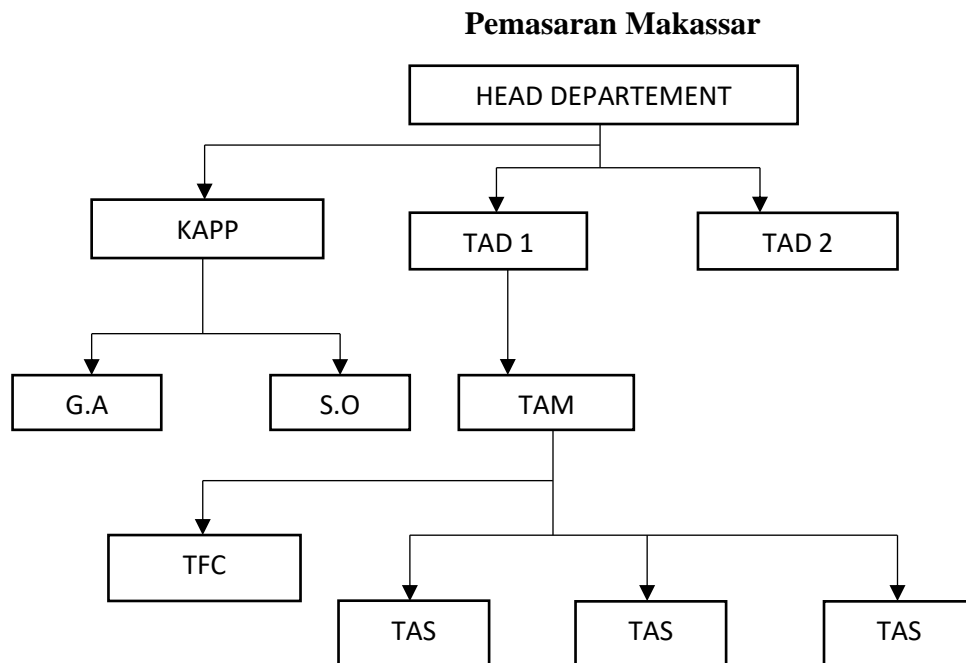
menghadapi suatu musibah, karena semua orang muslim dan muslim lainnya adalah bersaudara.

- 1) Visi PT. Takaful Keluarga yakni menjadi group asuransi yang terkemuka yang menawarkan jasa takaful dan keuangan syariah yang komprehensif dengan jangkauan signifikan di seluruh Indonesia.
- 2) Misi PT. Takaful Keluarga memberikan solusi dan pelayanan terbaik dalam perencanaan keuangan dan pengelolaan resiko bagi umat dengan menawarkan jasa takaful dan keuangan syariah yang dikelola secara profesional, adil, tulus dan amanah.

c. Struktur Organisasi

Gambar 4.1

Struktur Organisasi PT. Asuransi Takaful Indonesia Kantor



Keterangan :

- 1) KAPP (Kepala Agen Pelayanan dan Pemasaran)
- 2) S.O (Staff Operasional)
- 3) TAD (Takaful Agency Direction)
- 4) TAM (Takaful Agency Manager)
- 5) TFC (Takaful Financial Consultant)
- 6) TAS (Takaful Agency Supervisor)

Sumber: PT. Asuransi Takaful Keluarga Makassar

d. Produk Takaful Al Khairat

Takaful Al Khairat merupakan suatu bentuk perlindungan perorangan yang diperuntukkan bagi ahli waris, apabila yang bersangkutan ditakdirkan meninggal dunia dalam masa perjanjian (Takaful, 1997, hlm. 32). Dari definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa produk al khairat individu merupakan produk asuransi yang bertujuan memberikan jaminan santunan kepada ahli waris jika nasabah yang bersangkutan meninggal dunia ketika dalam masa perjanjian, berdasarkan ketentuan yang ada dalam polis asuransi.

Ada beberapa ketentuan nasabah dalam membeli produk takaful al khairat yaitu sebagai berikut:

- 1) Usia masuk minimal 18 tahun dan maksimal 60 tahun.
- 2) Usia masuk + Masa Asuransi \pm 65 tahun
- 3) Manfaat takaful dapat disesuaikan dengan permintaan

- 4) Premi minimal Rp 250.000
- 5) Cara pembayaran :
 - a) Premi sekaligus adalah premi tahunan dikalikan masa perjanjian.
 - b) Tahunan
- 6) Masa kontrak minimal 1 (satu) tahun dan maksimal 15 (lima belas) tahun.
- 7) Batas pengajuan klaim tidak lebih dari 3 (tiga) bulan setelah kejadian.
- 8) Jangka waktu proses pembayaran klaim 14 (empat belas) hari kerja.

2. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada seluruh nasabah Tim Antasari Banjarmasin yang berjumlah 33 orang (agen) dan 34 orang (nasabah). Jumlah kuesioner yang diperoleh dari responden merupakan sesuatu yang penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Karakteristik responden yang dimaksud meliputi:

- a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

NO	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1	Laki-laki	11	32,35%
2	Perempuan	23	67,65%
	Total	34	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner memperlihatkan bahwa proporsi terbesar dari responden melalui jenis kelamin adalah responden perempuan sebanyak 23 orang atau 67,65% sedangkan laki-laki yaitu sebanyak 11 orang atau 32,35% dari total responden.

b. Berdasarkan Usia

Tabel 4.2**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Umur	Jumlah Responden	Presentase
1	20-30 Tahun	18	53,0%
2	31-40 Tahun	5	14,7%
3	41-50 Tahun	8	23,5%
4	> 50 Tahun	3	8,8%
	Total	34	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner memperlihatkan bahwa proporsi terbesar dari nasabah yang bergabung pada PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar yang berdomisili di Kalimantan Selatan memiliki tingkatan umur antara 20-30 Tahun sebanyak 18 orang, pada tingkat umur 31- 40 tahun sebanyak 5 orang responden, sedangkan pada tingkat umur 41-50 tahun sebanyak 8 orang, dan yang paling sedikit terdapat pada tingkatan umur lebih dari 50 tahun yaitu 3 orang responden.

3. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan data dari hasil penyebaran kuesioner kepada 34 orang responden. Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap jawaban masing-masing variabel akan didasarkan pada rentang skor jawaban sebagaimana pada lampiran.

a. Deskripsi Variabel Produk

Variabel produk pada penelitian ini diukur melalui 2 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap produk dapat dijelaskan pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3

Tanggapan Responden Mengenai Produk

No	Pernyataan	Skor					Total
		SS	S	RR	TS	STS	
1.	X1.1	16	12	6	-	-	34
2.	X1.2	13	14	7	-	-	34

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Berdasarkan dari hasil tanggapan responden terkait variabel produk diatas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menjawab setuju yang berarti bahwa indikator produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah agen Tim Antasari Banjarmasin.

b. Deskripsi Variabel Harga

Variabel harga pada penelitian ini diukur melalui 3 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap harga dapat dijelaskan pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Mengenai Harga

No	Pernyataan	Skor					Total
		SS	S	RR	TS	STS	
1	X2.1	19	11	3	1	-	34
2	X2.2	18	14	2	-	-	34
3	X2.3	18	13	3	-	-	34

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Berdasarkan dari hasil tanggapan responden terkait variabel harga diatas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dan sangat sedikit yang menjawab ragu-ragu yang berarti bahwa indikator harga sangat berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah agen Tim Antasari Banjarmasin.

c. Deskripsi Variabel Tempat/Saluran Dsitribusi

Variabel tempat/saluran distribusi pada penelitian ini diukur melalui 2 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap tempat/saluran distribusi dapat dijelaskan pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5

Tanggapan Responden Mengenai Tempat/Saluran Distribusi

No	Pernyataan	Skor					Total
		SS	S	RR	TS	STS	
1	X3.1	14	12	8	-	-	34
2	X3.2	14	9	11	-	-	34

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Berdasarkan dari hasil tanggapan responden terkait variabel tempat/saluran distribusi diatas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menjawab setuju dan sebagiannya menjawab ragu-ragu yang berarti bahwa indikator tempat/saluran distribusi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah agen Tim Antasari Banjarmasin.

d. Deskripsi Variabel Promosi

Variabel promosi pada penelitian ini diukur melalui 3 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap promosi dapat dijelaskan pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6**Tanggapan Responden Mengenai Promosi**

No	Pernyataan	Skor					Total
		SS	S	RR	TS	STS	
1	X4.1	16	12	6	-	-	34
2	X4.2	18	10	6	-	-	34
3	X4.3	15	11	8	-	-	34

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Berdasarkan dari hasil tanggapan responden terkait variabel promosi diatas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju yang berarti bahwa indikator promosi sangat berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah agen Tim Antasari Banjarmasin.

e. Deskripsi Variabel Orang/Agen

Variabel orang/agen pada penelitian ini diukur melalui 3 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap orang/agen dapat dijelaskan pada tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7**Tanggapan Responden Mengenai Orang/Agen**

No	Pernyataan	Skor					Total
		SS	S	RR	TS	STS	
1	X5.1	22	9	2	-	-	34
2	X5.2	24	9	1	-	-	34
3	X5.3	20	9	5	-	-	34

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Berdasarkan dari hasil tanggapan responden terkait variabel orang/agen diatas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden

menjawab sangat setuju dan sangat sedikit yang menjawab ragu-ragu yang berarti bahwa indikator orang/agen sangat berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah agen Tim Antasari Banjarmasin.

f. Deskripsi Variabel Bukti Fisik

Variabel bukti fisik pada penelitian ini diukur melalui 3 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap bukti fisik dapat dijelaskan pada tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Mengenai Bukti Fisik

No	Pernyataan	Skor					Total
		SS	S	RR	TS	STS	
1	X6.1	19	9	5	-	-	34
2	X6.2	21	8	5	-	-	34
3	X6.3	18	10	7	-	-	34

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Berdasarkan dari hasil tanggapan responden terkait variabel bukti fisik diatas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dan sangat sedikit yang menjawab ragu-ragu yang berarti bahwa indikator bukti fisik sangat berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah agen Tim Antasari Banjarmasin.

g. Deskripsi Variabel Proses

Variabel proses pada penelitian ini diukur melalui 2 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap proses dapat dijelaskan pada tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Mengenai Proses

No	Pernyataan	Skor					Total
		SS	S	RR	TS	STS	
1	X7.1	16	9	9	-	-	34
2	X7.2	19	8	7	-	-	34

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Berdasarkan dari hasil tanggapan responden terkait variabel proses diatas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menjawab setuju dan sebagiannya menjawab ragu-ragu yang berarti bahwa indikator proses berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah agen Tim Antasari Banjarmasin.

h. Deskripsi Variabel Keputusan Menjadi Nasabah

Variabel keputusan menjadi nasabah pada penelitian ini diukur melalui 3 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap keputusan menjadi nasabah dapat dijelaskan pada tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10

Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Menjadi Nasabah

No	Pernyataan	Skor	Total
----	------------	------	-------

		SS	S	RR	TS	STS	
1	Y1	16	12	6	-	-	34
2	Y2	17	11	6	-	-	34
3	Y3	20	11	3			

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Berdasarkan dari hasil tanggapan responden terkait variabel keputusan menjadi nasabah diatas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dan sangat sedikit yang menjawab ragu-ragu yang berarti bahwa indikator keputusan menjadi nasabah terletak pada posisi tinggi.

B. Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji Validitas bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu item pertanyaan yang digunakan dalam pengumpulan data. Setiap butir pertanyaan yang dianggap valid jika item-total correlation atau koefisien validitas dimana $R_{hitung} > R_{tabel}$ dimana $df = n-2$ dengan signifikansi 0,05.

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 34 responden maka nilai r tabel $df = 34-2 = 32$ sehingga r tabel = 0,3388. Jika suatu item pernyataan mempunyai nilai item-total correlation atau koefisien validitas dimana $R_{hitung} < R_{tabel} = 0,3388$, maka item pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid, sehingga item pernyataan tersebut tidak layak digunakan dalam kuesioner.

Tabel 4.11
Hasil Pengujian Validitas

Indikator	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Produk (X1)			
X1.1	0,937	0,3388	Valid
X1.2	0,937	0,3388	Valid
Harga (X2)			
X2.1	0,934	0,3388	Valid
X2.2	0,919	0,3388	Valid
X2.3	0,860	0,3388	Valid
Tempat/Saluran Distribusi (X3)			
X3.1	0,919	0,3388	Valid
X3.2	0,917	0,3388	Valid
Promosi (X4)			
X4.1	0,910	0,3388	Valid
X4.2	0,931	0,3388	Valid
X4.3	0,865	0,3388	Valid
Orang/Agen (X5)			
X5.1	0,840	0,3388	Valid
X5.2	0,950	0,3388	Valid
X5.3	0,911	0,3388	Valid
Bukti Fisik (X6)			
X6.1	0,801	0,3388	Valid
X6.2	0,866	0,3388	Valid
X6.3	0,766	0,3388	Valid
Proses (X7)			

X7.1	0,855	0,3388	Valid
X7.2	0,855	0,3388	Valid
Keputusan Menjadi Nasabah (Y)			
Y1	0,952	0,3388	Valid
Y2	0,973	0,3388	Valid
Y3	0,912	0,3388	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Dari hasil uji validitas yang disajikan pada tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel menunjukkan hasil signifikan dengan menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel (0,3388). Sehingga disimpulkan bahwa semua item pernyataan adalah valid dan penelitian ini dapat dilanjutkan.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator variabel. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban responden terhadap item pertanyaan dalam suatu kuesioner konsisten dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's-Alpha* lebih besar dari 0,60.

Tabel 4.12**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabilitas	N Of Item	Keterangan
Produk (X1)	0,862	0,60	2	Reliabel
Harga (X2)	0,876	0,60	3	Reliabel
Tempat/Saluran Distribusi (X3)	0,813	0,60	2	Reliabel
Promosi (X4)	0,884	0,60	3	Reliabel
Orang/Agen (X5)	0,883	0,60	3	Reliabel
Bukti Fisik (X6)	0,731	0,60	3	Reliabel
Proses (X7)	0,632	0,60	2	Reliabel
Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	0,941	0,60	3	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Dari hasil uji reliabilitas yang disajikan pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel produk (X1) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* (0,862), variabel harga (X2) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* (0,876), variabel tempat/saluran distribusi (X3) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* (0,813), variabel promosi (X4) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* (0,884), variabel orang/agen (X5) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* (0,883), variabel bukti fisik (X6) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* (0,731), variabel proses (X7) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* (0,632), dan variabel keputusan menjadi nasabah (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* (0,941).

Dengan demikian seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* diatas (0,60). Sehingga seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

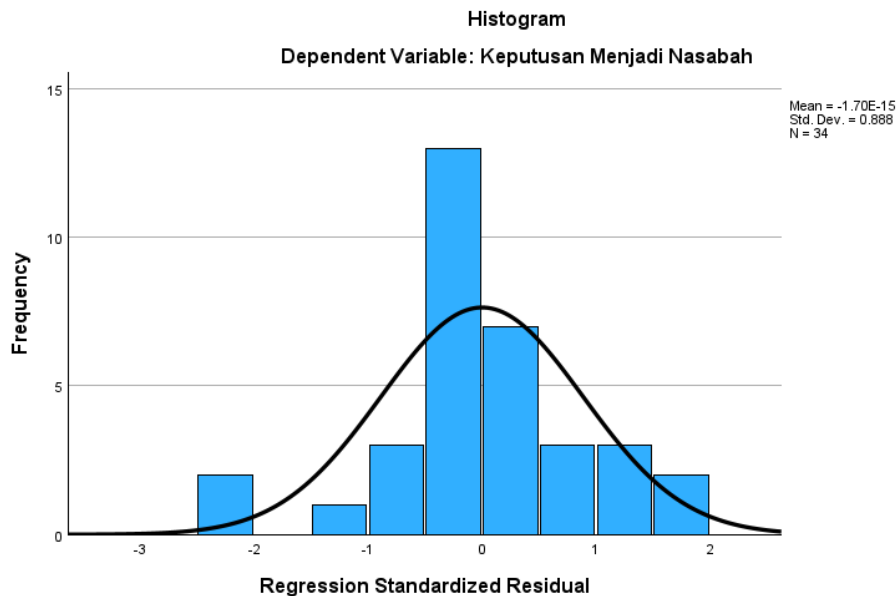
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dan P-Plot yang diolah menggunakan bantuan program SPSS. Pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika $Sig > 0,05$ maka data berdistribusi normal dan jika $Sig < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal, dan dapat dilihat pada grafik normal plot:

Tabel 4.13

Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig (2-tailed) ^c	Unstandardized Residual
	.172

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024



Dari hasil Uji Normalitas yang disajikan pada tabel 4.13 diatas dapat disimpulkan bahwa hasil semua data berdistribusi secara normal, sebaran data berada disekitar garis diagonal. Jadi model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

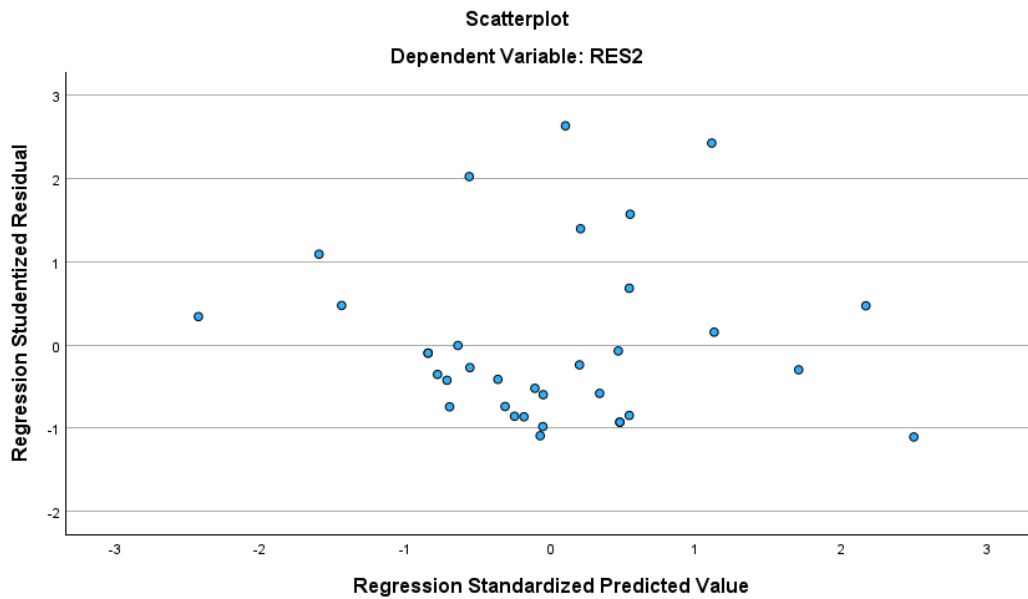
Uji heteroskedastisitas merupakan alat uji model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Nilai absolut residual diregresikan pada tiap-tiap variabel independen. Dengan uji glejser jika nilai signifikansi tersebut lebih besar atau sama dengan 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi

heteroskedastisitas, tetapi jika nilai signifikansi tersebut kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan scatterplot jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan bahwa penelitian tersebut telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka penelitian tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.14

Tabel Uji Heteroskedastisitas

Variabel	T	Sig
Produk	195	0,847
Harga	-1.389	0,177
Tempat/Saluran Distribusi	498	0,623
Promosi	812	0,424
Orang/Agen	093	0,927
Bukti Fisik	-129	0,898
Proses	971	0,340



Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Dari hasil uji heteroskedastisitas yang disajikan pada tabel di atas berdasarkan uji glejser menunjukkan bahwa nilai signifikansi seluruh variabel $> 0,05$ maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji glejser dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan dari grafik scatterplot di atas dapat terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Cara mendeteksinya yaitu dengan melihat nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF), suatu model regresi dapat dikatakan

bebas dari gejala multikolinearitas apabila mempunyai nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .

Tabel 4.15

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Produk	0,425	2.351
Harga	0,357	2.798
Tempat/Saluran Distribusi	0,303	3.301
Promosi	0,307	3.255
Orang/Agen	0,491	2.038
Bukti Fisik	0,529	1.889
Proses	0,624	1.601

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Dari hasil uji multikolinearitas yang disajikan pada tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

d. Uji Hipotesis Asosiatif

1) Uji Parsial (T)

Uji Parsial atau Uji t digunakan untuk menguji kebenaran koefisien regresi parsial. Pengujian melalui uji t adalah dengan membandingkan t hitung dengan t tabel pada taraf nyata $\alpha = 0,05$. Uji t berpengaruh signifikan apabila

hasil perhitungan thitung lebih besar dari ttabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) atau probabilitas kesalahan lebih kecil dari 5% ($signifikan < 0,05$).

Tabel 4.16

Hasil Uji Parsial

Variabel	T	Sig
Produk	3.088	0,005
Harga	18.701	0,001
Tempat/Saluran Distribusi	6.944	0,001
Promosi	-2.715	0,012
Orang/Agen	2.820	0,009
Bukti Fisik	2.246	0,033
Proses	-5.873	0,001

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

- a) Uji hipotesis variabel produk (X1) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y). Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dengan nilai t hitung sebesar 3.088 lebih besar dari t tabel sebesar 2.055 (nilai tabel $df=n-k$, untuk $n=34$ dan signifikasi 0,05) dengan hasil signifikan sebesar $0.005 < 0,05$. Hal ini menunjukan bahwa variabel produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah dari agen Tim Antasari Banjarmasin.
- b) Uji hipotesis variabel harga (X2) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y). Berdasarkan hasil penelitian diatas

menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dengan nilai t hitung sebesar 18.701 lebih besar dari t tabel sebesar 2.055 (nilai tabel $df=n-k$, untuk $n=34$ dan signifikansi 0,05) dengan hasil signifikan sebesar $0.001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah dari agen Tim Antasari Banjarmasin.

- c) Uji hipotesis variabel tempat/saluran distribusi (X3) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y). Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dengan nilai t hitung sebesar 6.944 lebih besar dari t tabel sebesar 2.055 (nilai tabel $df=n-k$, untuk $n=34$ dan signifikansi 0,05) dengan hasil signifikan sebesar $0.001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tempat/saluran distribusi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah dari agen Tim Antasari Banjarmasin.
- d) Uji hipotesis variabel promosi (X4) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y). Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dengan nilai t hitung sebesar -2.715 lebih kecil dari t tabel sebesar 2.055 (nilai tabel $df=n-k$, untuk $n=34$ dan signifikansi 0,05) dengan hasil signifikan sebesar $0.012 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel berpengaruh berpengaruh negatif yang artinya semakin rendah tingkat promosi maka semakin tinggi

tingkat keputusan menjadi nasabah dari agen Tim Antasari Banjarmasin.

- e) Uji hipotesis variabel orang/agen (X5) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y). Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dengan nilai t hitung sebesar 2.820 lebih besar dari t tabel sebesar 2.055 (nilai tabel $df=n-k$, untuk $n=34$ dan signifikasi 0,05) dengan hasil signifikan sebesar $0.009 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel orang/agen berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah dari agen Tim Antasari Banjarmasin.
- f) Uji hipotesis variabel bukti fisik (X6) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y). Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dengan nilai t hitung sebesar 2.246 lebih besar dari t tabel sebesar 2.055 (nilai tabel $df=n-k$, untuk $n=34$ dan signifikasi 0,05) dengan hasil signifikan sebesar $0.033 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah dari agen Tim Antasari Banjarmasin.
- g) Uji hipotesis variabel proses (X7) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y). Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dengan nilai t hitung sebesar -5.873 lebih kecil dari t tabel sebesar 2.055 (nilai tabel $df=n-k$, untuk $n=34$ dan signifikasi 0,05) dengan

hasil signifikan sebesar $0.001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel proses berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dari agen Tim Antasari Banjarmasin.

2) Uji Simultan (F)

Uji F atau Uji Simultan ini merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel *marketing mix* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah agen Tim Antasari Banjarmasin. Uji F dilakukan dengan membandingkan *F* hitung dan *F* tabel. Dari hasil analisis diperoleh hasil output pada tabel berikut:

Tabel 4.17

Hasil Uji Simultan

Model	F	Sig
1	316.969	0,001

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Dari hasil uji F yang disajikan pada tabel 4.17 menunjukkan bahwa *F* hitung sebesar 316.969 lebih besar dari *F* tabel sebesar 2.39 (nilai *F* tabel $df = n-k-1$) dan nilai signifikan sebesar 0.001 lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan sebesar 0,05, artinya *marketing mix*

berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah agen Tim Antasari Banjarmasin.

3) Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independent* dalam menjelaskan variasi variabel *dependen* amat terbebas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel *independent* memberikan hampir informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *independent*.

Tabel 4.18

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	Adjusted R Square
1	0,994	0,985

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.18 diatas menunjukkan bahwa hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai (*Adjusted R Square*) yang diperoleh sebesar 0,985 atau 98,5% keputusan menjadi nasabah agen Tim Antasari Banjarmasin dipengaruhi oleh

marketing mix sisanya 1,5 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

e. Analisis Linear Berganda

Model persamaan regresi yang baik adalah yang memenuhi persyaratan asumsi klasik, antara lain semua data berdistribusi normal, model harus bebas gejala multikolinieritas dan terbebas dari heterokedastisitas. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: produk (x1), harga (X2), tempat/saluran distribusi (X3), promosi (X4), orang/agen (X5), bukti fisik (X6) dan proses (X7) terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan menjadi nasabah (Y). hasil analisis regresi ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4.19

Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. error
1	(Constant)	2.782	486
	X1	.139	045
	X2	.551	029
	X3	.381	055
	X4	-.089	033
	X5	.088	031
	X6	.071	031
	X7	-.246	042

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 4.19 diatas dapat disusun persamaan regresi linier berganda antara variabel bebas (X) dengan variabel terkait (Y) dengan memasukan kofisien regresi linier berganda ke dalam bentuk persamaan dengan nilai *standard error* 0,06 sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + b_7 X_7 + e$$

$$Y = 2,782 + 0,139X_1 + 0,551X_2 + 0,381X_3 + -0,089X_4 + 0,088X_5 + 0,071X_6 + \\ -0,246X_7$$

Keterangan:

X1 : Produk

X2 : Harga

X3 : Tempat/Saluran Distribusi

X4 : Promosi

X5 : Orang/Agen

X6 : Bukti Fisik

X7 : Proses

Y : Keputusan Menjadi Nasabah

Persamaan regresi linear berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta 2.782 dapat diartikan apabila semua variabel bebas dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan. Maka, keputusan pembelian produk asuransi syariah sebesar 2.782 nilai konstanta bernilai positif, berarti jika variabel bebas naik atau turun dalam satuan maka variabel terikat juga akan berubah naik maupun turun.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel produk sebesar 0.139 ini berarti bahwa variabel produk (X_1) berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan kata lain setiap terjadi peningkatan variabel produk (X_1) sebesar satu-satuan maka produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah akan naik sebesar 0.139 dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0.551 ini berarti bahwa variabel harga (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan kata lain setiap terjadi peningkatan variabel harga (X_2) sebesar satu-satuan maka harga berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah akan naik sebesar 0.551 dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel tempat/saluran distribusi sebesar 0.381 ini berarti bahwa variabel tempat/saluran distribusi (X_3) berpengaruh positif terhadap keputusan

menjadi nasabah dengan kata lain setiap terjadi peningkatan variabel tempat/saluran distribusi (X3) sebesar satu-satuan maka tempat/saluran distribusi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah akan naik sebesar 0.381 dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.

- 5) Nilai koefisien regresi variabel promosi sebesar -0.89 ini berarti bahwa variabel promosi (X4) berpengaruh negatif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan kata lain setiap terjadi penurunan variabel promosi (X4) sebesar satu-satuan maka promosi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah akan naik sebesar 0.89 dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.
- 6) Nilai koefisien regresi variabel orang/agen sebesar 0.88 ini berarti bahwa variabel orang/agen (X5) berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan kata lain setiap terjadi peningkatan variabel orang/agen (X5) sebesar satu-satuan maka orang/agen berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah akan naik sebesar 0.88 dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.
- 7) Nilai koefisien regresi variabel bukti fisik sebesar 0.71 ini berarti bahwa variabel bukti fisik (X6) berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan kata lain setiap terjadi peningkatan variabel bukti fisik (X6) sebesar satu-

satuan maka bukti fisik berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah akan naik sebesar 0.71 dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.

- 8) Nilai koefisien regresi variabel proses sebesar -0.246 ini berarti bahwa variabel proses (X7) berpengaruh negatif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan kata lain setiap terjadi penurunan variabel proses (X7) sebesar satu-satuan maka proses berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah akan naik sebesar 0.246 dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.

3. Hasil Penelitian Analisis Data

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik sebelumnya dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial (individu) semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat begitupun secara simultan (bersama-sama) variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan ketujuh variabel bebas tersebut ada yang bersifat positif artinya semakin tinggi variabel tersebut maka mengakibatkan semakin tinggi pula keputusan menjadi nasabah yang dihasilkan dan ada yang bersifat negative yang artinya semakin turun variabel tersebut maka mengakibatkan semakin tinggi keputusan menjadi nasabah. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh Strategi *Marketing Mix* 7P Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Takaful Al Khairat Secara Simultan

Berdasarkan hasil uji F, maka dapat diketahui bahwa nilai F hitung = 316.969 lebih besar dari pada F tabel = 2,39 dengan tingkat signifikansi 0,001, karena probabilitas signifikansinya jauh lebih kecil dari sig <0,05, dengan demikian hasil hipotesis H₁ diterima. Berarti hipotesis “*marketing mix* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat,” Kesimpulannya bahwa X1, X2, X3, X4, X5, X6 dan X7 berpengaruh terhadap Y. Berdasarkan uji koefisien determinasi keputusan menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat dipengaruhi oleh *marketing mix* sebesar 98,5%.

Hal ini bermakna bahwa jika seluruh komponen strategi *marketing mix* meningkat maka keputusan untuk menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat juga akan meningkat. Nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel menunjukkan bahwa seluruh komponen strategi *marketing mix* berkontribusi secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat. Dengan demikian, hipotesis strategi *marketing mix* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat diterima.

Selain itu, berdasarkan uji koefisien determinasi, dapat disimpulkan bahwa sebesar 98,5% variasi dalam keputusan menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat dapat dijelaskan oleh strategi *marketing mix*. Ini menunjukkan bahwa strategi *marketing mix*

adalah faktor yang kuat karena hampir menjawab keseluruhan pengaruhnya terhadap keputusan menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat dalam konteks penelitian ini.

b. Pengaruh Variabel (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence* dan *Process*) Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Takaful Al Khairat Secara Parsial

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis seluruh variabel dengan nilai t tabel sebesar 2.055 dan taraf signifikansi 0,05, maka didapatkan hasil 5 variabel berpengaruh positif yaitu: *product, price, place, people* dan *physical evidence*, sedangkan 2 variabel berpengaruh negatif yaitu: *promotion* dan *process*. Dan dari hasil hipotesis tersebut dapat diurutkan variabel yang paling berpengaruh positif – negatif, urutan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Variabel *price* (harga) secara parsial dengan nilai t hitung sebesar 18.701 lebih besar dari t tabel 2.055 dan dengan nilai signifikasinya 0,001, karena nilai probabilitas signifikannya lebih kecil dari sig <0,05, dengan demikian maka hipotesis variabel *price* (harga) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah.

Price (harga) mempunyai pengaruh positif artinya ketika nilai penawaran *price* (harga) meningkat maka keputusan menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat juga akan meningkat. Sebaliknya ketika nilai penawaran *price*

(harga) menurun maka nilai variabel keputusan menjadi nasabah juga akan menurun.

Hal ini bermakna, dengan penawaran harga yang beragam serta dapat disesuaikan dengan pendapatan, membuat harga yang ditawarkan dapat dijangkau oleh semua kalangan terlebih kalangan menengah kebawah. Harga selalu menjadi perhatian utama dari para nasabah, karena berhubungan dengan kualitas jasa yang ditawarkan dan sejumlah nilai (uang) yang harus mereka keluarkan. PT Takaful keluarga juga memberikan kemudahan transaksi, itu juga mempengaruhi keputusan menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat.

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa *price* (harga) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah, artinya dengan banyaknya penawaran yang baik menjadikan permintaan akan harga semakin meningkat dan peningkatan tersebut diikuti oleh keputusan menjadi nasabah secara signifikan. Penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Safrina (2020), dalam penelitiannya diperoleh hasil harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. maka hipotesis yang menunjukkan bahwa *price* (harga)

berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat diterima.

- 2) Variabel *place* (tempat/saluran distribusi) secara parsial dengan nilai t hitung sebesar 6.944 lebih besar dari nilai t tabel 2.055 dan dengan nilai signifikansinya 0,001, karena nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari sig <0,05, dengan demikian maka hipotesis variabel *place* (tempat/saluran distribusi) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah.

Place (tempat/saluran distribusi) mempunyai pengaruh positif artinya ketika nilai *Place* (tempat/saluran distribusi) meningkat maka keputusan menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat juga akan meningkat. Sebaliknya ketika nilai *Place* (tempat/saluran distribusi) menurun maka nilai variabel keputusan menjadi nasabah juga akan menurun.

Hal ini bermakna, dengan tempat/saluran distribusi yang mudah dijangkau (dalam arti tidak perlu datang langsung ke kantornya cukup via telepon) sudah bisa bertransaksi untuk membeli produk, maka ini menjadi suatu penawaran yang sangat mudah bagi nasabah serta dengan adanya akses transaksi melalui ATM menambah pengaruh

terhadap keputusan menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat.

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa *place* (tempat/saluran distribusi) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat, artinya kenaikan *place* (tempat/saluran distribusi) akan diikuti oleh keputusan menjadi nasabah secara signifikan. Penelitian ini diperkuat penelitian yang dilakukan oleh Safrina (2020) serta penelitian yang dilakukan oleh Asfika (2019).

- 3) Variabel *product* (produk) secara parsial dengan nilai t hitung sebesar 3.088 lebih besar dari t tabel 2.055 dan dengan nilai signifikansinya 0,005, karena nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari $\text{sig} < 0,05$, dengan demikian maka hipotesis variabel *product* (produk) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah.

Hal ini bermakna, dengan penawaran produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dan metode pembayaran yang inovatif maka akan semakin menambah tingkat keputusan menjadi nasabah dalam membeli produk Takaful Al Khairat.

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa *product* (produk) berpengaruh secara parsial dan signifikan

terhadap keputusan menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat, artinya kenaikan *product* (produk) akan diikuti oleh keputusan menjadi nasabah secara signifikan. Penelitian ini diperkuat penelitian yang dilakukan oleh Asfika (2019).

- 4) Variabel *people* (orang/agen) secara parsial dengan nilai t hitung sebesar 2.820 lebih besar dari t tabel 2.055 dan dengan nilai signifikansinya 0,009, karena nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari $\text{sig} < 0,05$, dengan demikian maka hipotesis variabel *people* (orang/agen) mempunyai pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah.

Hal ini bermakna, dengan adanya agen yang dapat memberikan pelayanan langsung secara tanggap dan mampu memberikan penjelasan kepada nasabah, menyapa nasabah dengan memberikan senyum, salam, dan interaksi yang santun dengan calon nasabah dapat meningkatkan keinginan nasabah untuk membeli produk Takaful Al Khairat.

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa *people* (orang/agen) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat, artinya kenaikan *people* (orang/agen) akan diikuti oleh keputusan menjadi nasabah secara signifikan. Penelitian ini diperkuat penelitian yang dilakukan oleh Wijaya & Ariyanti (2018).

- 5) Variabel *physical evidence* (bukti fisik) secara parsial dengan nilai t hitung sebesar 2.246 lebih besar dari t tabel 2.055 dan nilai signifikansinya 0,033, karena nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari sig <0,05, dengan demikian maka hipotesis variabel *physical evidence* (bukti fisik) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah.

Hal ini bermakna, semakin menarik polis dan isinya sehingga memudahkan nasabah untuk membaca bagaimana syarat dan ketentuan yang berlaku dalam pembelian produk Takaful Al Khairat serta terdapat undang-undang asuransi, nomor polis, kwitansi premi dan bukti penerimaan polis yang lengkap dapat meningkatkan keputusan pembelian nasabah.

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa *physical evidence* (bukti fisik) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat, artinya kenaikan *physical evidence* (*bukti fisik*) akan diikuti oleh keputusan menjadi nasabah secara signifikan. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya & Ariyanti (2018) dan Safrina (2020) yang menyatakan bahwa variabel bukti fisik tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung

karena fitur-fitur transaksi yang disediakan antara 1 bank dengan bank lainya serupa dan tidak memiliki perbedaan yang signifikan seperti fitur penarikan tunai, pengecekan saldo, pencetakan buku tabungan dan sebagainya.

- 6) Variabel *promotion* (promosi) secara parsial dengan nilai t hitung sebesar -2.715 lebih kecil dari t tabel 2.055 dan dengan nilai signifikansinya 0,012, karena nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari $\text{sig} < 0,05$, dengan demikian maka hipotesis variabel *promotion* (promosi) mempunyai pengaruh negatif terhadap keputusan menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat.

Promotion (promosi) berpengaruh negatif artinya berlawanan, ketika nilai variabel promosi meningkat maka nilai variabel keputusan menjadi nasabah akan menurun. Sebaliknya jika nilai promosi menurun maka nilai variabel keputusan menjadi nasabah akan meningkat. Hasilnya berlawanan dan koefisien akan bernilai negatif.

Hal ini dikarenakan promosi yang berlebihan akan membuat calon nasabah berfikir ulang untuk apa membeli produk yang hanya memiliki masa perjanjian 1 tahun dan merasa tidak ada untungnya membeli produk Takaful Al Khairat. Fakta dilapangan yang dilakukan oleh agen Tim Antasari Banjarmasin pada saat mendatangi atau

menghubungi calon nasabah, banyak yang masih belum mengenal tentang produk Takaful Al Khairat sehingga nasabah tidak berfikir panjang pada saat ditawarkannya produk dan langsung memutuskan saat itu juga.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2018) yang menyatakan bahwa variabel promosi dengan indikator *personal selling* berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan produk Fulnadi karena PT Asuransi Takaful Keluarga Lampung dalam menjalankan usahanya selalu mempromosikan produknya dengan sangat baik dan memiliki sales marketing yang menarik.

- 7) Variabel *process* (proses) secara parsial dengan nilai thitung sebesar -5.873 lebih kecil dari t tabel 2.055 dan dengan nilai signifikansinya 0,001, karena nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari sig <0,05, dengan demikian maka hipotesis variabel *process* (proses) mempunyai pengaruh negatif terhadap keputusan menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat.

Process (proses) berpengaruh negatif artinya berlawanan, ketika nilai variabel promosi meningkat maka nilai variabel keputusan menjadi nasabah akan menurun. Sebaliknya jika nilai proses menurun maka nilai variabel

keputusan menjadi nasabah akan meningkat. Hasilnya berlawanan dan koefisien akan bernilai negatif.

Hal ini dikarenakan standar yang diterapkan oleh PT Takaful Keluarga cukup baik dan teliti dalam proses pengajuan polis dan ketentuan syarat-syaratnya untuk memastikan tidak adanya kesalahan yang dapat merugikan pihak perusahaan karena banyak calon nasabah yang memalsukan informasi pribadi / riwayat kesehatan calon nasabah agar polis dapat diterima dengan lancar dan tidak ada biaya tambahan yang dikenakan, hal inilah yang tidak disukai oleh nasabah jika proses yang diterapkan harus teliti dan lengkap sehingga menyebabkan nilai proses bersifat negatif.

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa *process* (proses) berpengaruh negatif terhadap keputusan menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat, artinya kenaikan *process* (proses) akan berlawanan dengan keputusan menjadi nasabah secara signifikan. Penelitian ini diperkuat penelitian yang dilakukan oleh Wijaya & Ariyanti (2018) dengan judul “Pengaruh *Service Marketing Mix* Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT. Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang A.Yani Pekanbaru” dengan nilai t hitung -2.122 lebih kecil dari t

tabel 1.986. Dalam penelitiannya menyatakan bahwa proses berpengaruh negatif karena dikarenakan bank telah menetapkan bahwa salah satu syarat pembukaan tabungan bagi nasabah adalah memiliki NPWP. Nasabah harus menyatakan lembar persetujuan bahwa data nasabah akan diperlihatkan kepada pajak. Di Indonesia masih banyak nasabah yang menghindar dari pembayaran pajak.