

BAB IV

ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum

PT. Asuransi Takaful Indonesia sebagai pelopor asuransi syari'ah di Indonesia 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. Asuransi Takaful Indonesia mengalami 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 ktika TEPATI terbentuk, dan pada tahun 2001 resmi menjadi pemegang saham mayoritas setelah menambah setoran modalnya sehingga semakin memperkuat permodalan di Takaful Indonesia.

Asuransi Takaful yang bergerak di bidang asuransi jiwa syariah didirikan pada tanggal 4 agustus 1994 dan mulai beroperasi pada

tanggal 25 Agustus 1994 yang ditandai dengan peresmian oleh Menteri Keuangan Mar'ie Muhammad. Kemudian diikuti dengan pendirian anak perusahaan yang bergerak di bidang asuransi umum yaitu PT. Asuransi Takaful Umum yang diresmikan oleh Menteri Riset dan Teknologi/ Ketua BPPT Prof. Dr. B.J. Habibie pada Juni 1995. Dalam peningkatan kualitas pelayanan dalam menjaga konsistensinya, perusahaan memperoleh sertifikat ISO 9001:2000 dari Det Norske Veritas (DNV) Belanda, dan memperoleh sertifikat ISO 9001:2008 sebagai standar internasional terbaru untuk sistem manajemen mutu. Atas dukungan pemerintah dan tenaga profesional yang berkomitmen untuk mengembangkan asuransi syariah.

2. Visi dan Misi Takaful Keluarga

Berdirinya lembaga asuransi syariah ini bertujuan untuk saling tolong menolong menghadapi musibah yang terkadang menimpa sebagian orang dengan cara mengganti dari uang yang telah di kumpulkan dari hasil premi untuk meringankan beban mereka. Islam juga mengarah pada berdirinya sebuah masyarakat yang tegak di atas asas saling membantu dan saling menopang, karena setiap muslim dan muslim lainnya saling bersaudara.

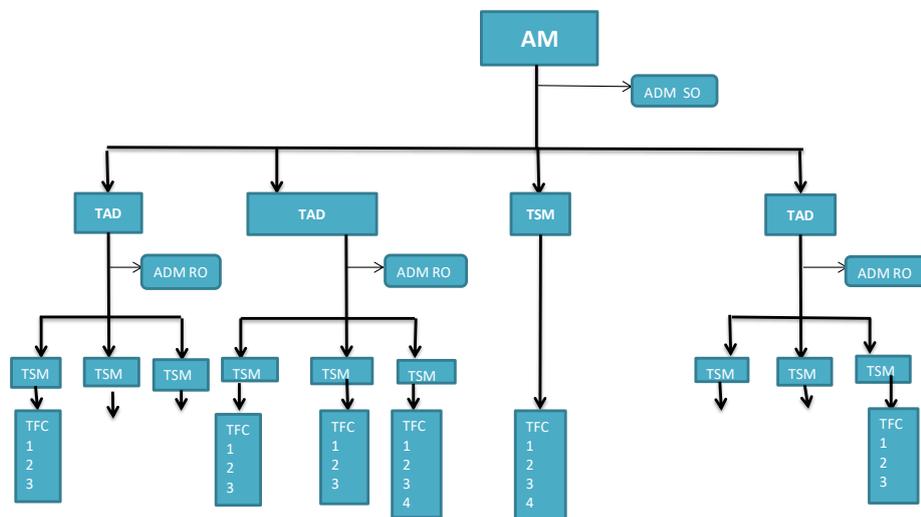
- a. Visi Asuransi Takaful Makassar yakni menjadi group asuransi yang terkemuka yang menawarkan jasa takaful dan keuangan syariah yang komprehensif dengan jangkauan signifikan di seluruh Indonesia.
- b. Misi Asuransi Takaful Keluarga Makassar memberikan solusi dan pelayanan terbaik dalam perencanaan keuangan dan pengelolaan

resiko bagi umat dengan menawarkan jasa takaful dan keuangan syariah yang dikelola secara profesional, adil, tulus dan amanah.

3. Struktur Organisasi

Gambar 4.1

**Struktur Organisasi PT. Asuransi Takaful Indonesia Kantor
Pemasaran Makassar**



Keterangan:

1. AM (Area Manager)
2. S.O (Staff Operasional)
3. TAD (Takaful Agency Direction)
4. TAM (Takaful Agency Manager)
5. TFC (Takaful Financial Consultant)

Sumber: PT. Asuransi Takaful Keluarga Makassar

B. Analisis Data

1. Identitas Responden

a. Distribusi Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan perolehan data penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuisisioner memperoleh data umur nasabah dari Agency Tim Antasari di PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar yang dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.1

Umur responden

No.	Umur	Jumlah Responden	Presentase
1.	20-30 Tahun	21	61,7 %
2.	31-40 Tahun	3	8,8 %
3.	41-50 Tahun	7	20,7 %
4.	> 51Tahun	3	8,8 %
Total		34	100%

Sumber : Data primer yang diolah , 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa Sebagian besar nasabah yang bergabung pada PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar yang berdomisili di Kalimantan Selatan memiliki tingkatan umur antara 20-30 Tahun sebanyak 21 orang, pada tingkat umur 31- 40 tahun sebanyak 3 orang responden, sedangkan pada tingkat

umur 41-50 tahun sebanyak 7 orang, dan yang paling sedikit terdapat pada tingkatan umur lebih dari 51 tahun yaitu 3 orang responden.

b. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan perolehan data penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuisisioner memperoleh data jenis kelamin nasabah dari Agency Tim Antasari di PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar yang dapat dilihat dari table berikut:

Tabel 4.2

Jenis kelamin responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1	Laki-laki	10	29,4%
2	Perempuan	24	70,6%
	Total	34	100%

Sumber : Data primer yang diolah , 2024

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa responden yang merupakan nasabah dari Agency Tim Antasari di PT. Takaful keluarga Cabang Makassar Sebagian besar memiliki jenis kelamin Perempuan yaitu sebanyak 24 orang responden dan yang paling kecil yaitu jenis kelamin laki- laki sebanyak 10 orang responden.

c. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Produk

Berdasarkan perolehan data penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuisisioner memperoleh data jenis produk yang dibeli oleh

nasabah dari Agency Tim Antasari di PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar yang dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.3

Jenis produk asuransi yang dibeli

No.	Jenis Produk	Jumlah Responden	Presentase
1	Asuransi Jiwa Al-Akhirat	34	100%
2	Asuransi Dana Pendidikan (Fulnadi)	0	0%
3	Asuransi Kecelakaan	0	0%
	Total	34	100%

Sumber : Data primer yang diolah , 2024

2. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 34 responden melalui penyebaran kuesioner. Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap jawaban masing-masing variabel akan didasarkan pada rentang skor jawaban sebagaimana pada lampiran.

a. Deskripsi Variabel Pengetahuan

Variabel pengetahuan pada penelitian ini diukur melalui 6 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap pengetahuan dapat dijelaskan pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan

NO.	PERNYATAAN	SKOR					JUMLAH
		SS	S	N	TS	STS	
1.	X _{1.1.1}	17	12	3	2	-	34
2.	X _{1.1.2}	13	17	3	1	-	34
3.	X _{1.2.1}	13	18	1	1	1	34
4.	X _{1.2.2}	10	21	1	1	1	34
5.	X _{1.3.1}	13	18	1	2	-	34
6.	X _{1.3.2}	9	20	3	2	-	34

Sumber : Hasil Penelitian Data Spss 2024

Tanggapan responden sebagaimana tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan sangat terhadap pernyataan-pernyataan mengenai pengetahuan.

Hasil tersebut menunjukkan indikator-indikator variabel pengetahuan yang terdiri dari *subjective knowledge*, *objective knowledge*, dan *experience-based knowledge* yang dilakukan oleh Agency Tim Antasari di PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar sudah baik.

b. Deskripsi Variabel Motivasi

Variabel Motivasi pada penelitian ini diukur melalui 8 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap motivasi dapat dijelaskan pada tabel

4.5 berikut:

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Mengenai Motivasi

NO.	PERNYATAAN	SKOR					JUMLAH
		SS	S	N	TS	STS	
1.	X _{2.1.1}	8	20	3	1	1	34
2.	X _{2.1.2}	12	16	4	1	1	34
3.	X _{2.2.1}	13	17	2	2	-	34
4.	X _{2.2.2}	18	13	1	1	1	34
5.	X _{2.3.1}	12	18	3	1	-	34
6.	X _{2.3.2}	13	19	1	1	-	34
7.	X _{2.4.1}	15	16	1	1	1	34
8.	X _{2.4.2}	16	15	1	2	-	34

Sumber : Hasil Penelitian Data Spss 2024

Tanggapan responden sebagaimana tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju terhadap pernyataan-pernyataan mengenai motivasi.

Hasil tersebut menunjukkan indikator-indikator variabel motivasi yang terdiri dari dorongan kebutuhan, keyakinan terhadap produk, manfaat produk, dan harga produk, yang dilakukan oleh Agency Tim Antasari di PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar sudah baik.

c. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian

Variabel Keputusan Pembelian pada penelitian ini diukur

melalui 8 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan keputusan pembelian dapat dijelaskan pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian

NO.	PERNYATAAN	SKOR					JUMLAH
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Y _{1.1.1}	13	18	1	1	1	34
2.	Y _{1.1.2}	12	18	2	2	-	34
3.	Y _{1.2.1}	11	19	2	2	-	34
4.	Y _{1.2.2}	12	20	2	-	-	34
5.	Y _{1.3.1}	8	20	4	2	-	34
6.	Y _{1.3.2}	10	21	1	2	-	34
7.	Y _{1.4.1}	15	15	2	2	-	34
8.	Y _{1.4.2}	15	16	1	2	-	34

Sumber : Hasil Penelitian Data Spss 2024

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju yang berarti indikator indikator dari keputusan pembelian terletak pada posisi tinggi.

3. Analisis Data

a. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah

instrumen indikator dari masing-masing variabel dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Pada tingkat signifikansi 0.5% dan jumlah sampel sebanyak 34 orang, dari tabel r diperoleh koefisien korelasi tabel ($df = n - 2$) sebesar $r_{tabel} = 0.349$.

Dengan demikian jika suatu item pernyataan mempunyai nilai item-total correlation atau koefisien validitas atau $R_{hitung} > R_{tabel} = 0.349$ maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid, sebaliknya jika suatu item pernyataan mempunyai nilai item-total correlation atau koefisien validitas atau $R_{hitung} < r_{tabel} = 0.349$ maka item pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid atau gugur, sehingga item pernyataan tersebut tidak layak digunakan dalam kuesioner.

Tabel 4.7

Hasil Pengujian Validitas

Variabel/Indikator	r_{Hitung}	r_{Tabel}	Keterangan
Pengetahuan (X₁)			
X _{1.1.1}	0,852	0,349	Valid
X _{1.1.2}	0,743	0,349	Valid
X _{1.2.1}	0,873	0,349	Valid

X _{1.2.2}	0,887	0,349	Valid
X _{1.3.1}	0,881	0,349	Valid
X _{1.3.2}	0,795	0,349	Valid
Motivasi (X₂)			
X _{2.1.1}	0,862	0,349	Valid
X _{2.1.2}	0,793	0,349	Valid
X _{2.2.1}	0,876	0,349	Valid
X _{2.2.2}	0,840	0,349	Valid
X _{2.3.1}	0,752	0,349	Valid
X _{2.3.2}	0,836	0,349	Valid
X _{2.4.1}	0,890	0,349	Valid
X _{2.4.2}	0,798	0,349	Valid
Keputusan Pembelian (Y)			
Y _{1.1.1}	0,934	0,349	Valid

Y1.1.2	0,833	0,349	Valid
Y1.2.1	0,796	0,349	Valid
Y1.2.2	0,695	0,349	Valid
Y1.3.1	0,599	0,349	Valid
Y1.3.2	0,772	0,349	Valid
Y1.4.1	0,798	0,349	Valid
Y1.4.2	0,830	0,349	Valid

Sumber : Hasil Penelitian Data Spss 2024

Berdasarkan Tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa korelasi masing- masing indikator terhadap total skor konstruk dari setiap variable menunjukkan hasil signifikan dengan menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel. Sehingga disimpulkan bahwa semua item pernyataan adalah valid dan penelitian ini dapat dilanjutkan.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan Sebagai alat pengumpulan data, suatu instrument harus cukup dapat dipercaya dan cukup baik. Instrument dikatakan reliabel apabila suatu jawaban dari seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari

waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach-Alpha* lebih besar dari 0,60.

Tabel 4.8

Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	N of Items	Keterangan
Pengetahuan (X ₁)	0,908	0,60	6	Reliabel
Motivasi (X ₂)	0,934	0,60	8	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,910	0,60	8	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian Data Spss 2024

Berdasarkan tabel ujia reliabilitas diatas dapat dilihat bahwa tabel 4.8 menunjukkan variabel pengetahuan (X₁) memiliki *Cronbach-Alpha* sebesar 0,908 dan variabel motivasi (X₂) memiliki *Cronbach- Alpha* 0,934 pada variabel keputusan pembelian (Y) memiliki nilai *Cronbach-Alpha* sebesar 0,910. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel X₁.X₂, dan Y memiliki nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,60 atau Variabel X₁,X₂, dan Y > *Cronbach Alpha* 0,60, sehingga variable dalam penelitian

ini dinyatakan reliabel.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat, keduanya terdistribusikan secara normal atau tidak. Normalitas data dalam penelitian dilihat dengan cara memperhatikan titik-titik pada *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual* dari variabel terikat. Persyaratan dari uji normalitas adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2013, hlm.163). Dari hasil pengujian data dengan melihat gambar *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* didapat bahwa semua data berdistribusi secara normal serta sebaran data berada disekitar garis diagonal, jadi model regresi memenuhi asumsi normalitas.

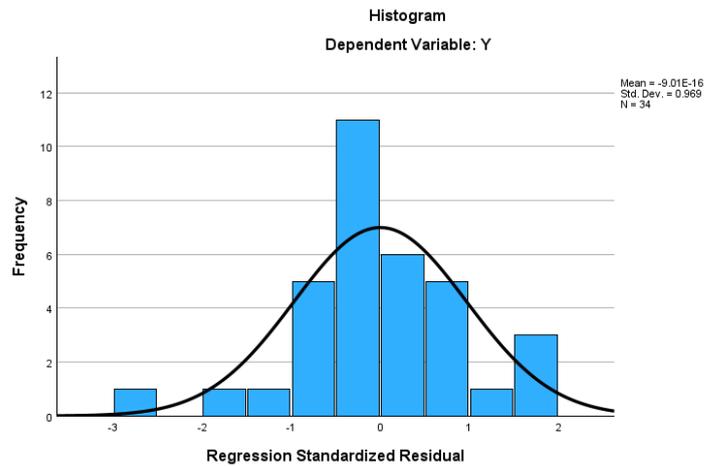
Tabel 4.9

Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized
	Residual
Asymp. Sig (2-tailed) ^c	.012

Sumber : Hasil Penelitian Data Spss 2024

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Histogram



Sumber : Hasil Penelitian Data Spss 2024

Dari hasil Uji Normalitas yang disajikan pada tabel 4.9 diatas dapat disimpulkan bahwa hasil semua data berdistribusi secara normal, sebaran data berada disekitar garis diagonal. Jadi model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual, dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada tidaknya eteroskedastisitas dapat digunakan metode grafik *scatterplot* yang dihasilkan dari output

program SPSS versi 29, apabila pada gambar menunjukkan tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y (Ghozali, 2013,139), maka hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi adanya Heteroskedastisitas pada model regresi. Adapun hasil pengujian heteroskedastisitas melalui gambar grafik *scatterplot* sebagai berikut:

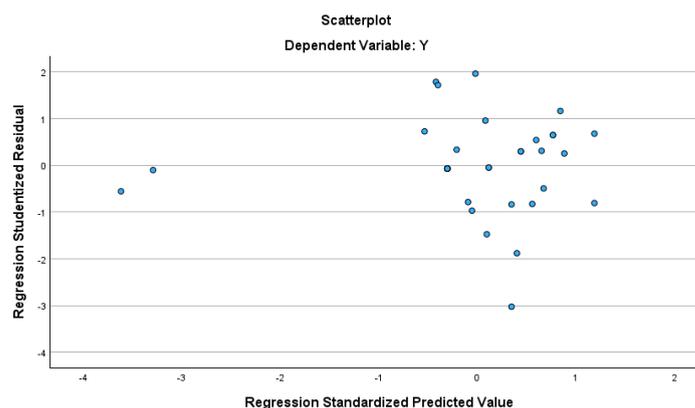
Tabel 4. 10

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	T	Sig
Pengetahuan	1.138	.264
Motivasi	-713	.481

Sumber : Hasil Penelitian Data Spss 2024

Gambar 4.3 Hasil Heteroskedastisitas *Scatterplot*



Sumber : Hasil Penelitian Data Spss 2024

Dari hasil Uji Heteroskedastisitas yang disajikan pada tabel 4.10 diatas berdasarkan uji glejser menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel pengetahuan (X_1) adalah 0,264, variable

motivasi (X_2) adalah 0,481. Karena tingkat signifikan seluruh variabel $> 0,05$ maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan uji glejser dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dan dari *scatterplot* diatas dapat dilihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar dengan baik diatas maupun dibawah angka 0 dan Sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

3) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas ini bertujuan untuk mengetahui hubungan yang sempurna antar variabel bebas dalam model regresi. Gejala multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan *Varian Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antara variabel independen yang nilainya lebih dari 95% dan jika hasil perhitungan VIF menunjukkan tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 (Ghozali,2013:108).

Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinearitas. Adapun hasil uji multikolinearitas dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Pengetahuan	.180	5,560
Motivasi	.180	5,560

Sumber : Hasil Penelitian Data Spss 2024

Dari hasil uji multikolinieritas pada tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa nilai tolerance variabel pengetahuan (X_1) dan variabel motivasi (X_2) lebih kecil dari 0,10, sedangkan nilai VIF variable personal selling (X_1) dan variabel Motivasi (X_2) lebih kecil dari 10 , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

c. Uji Hipotesis Asosiatif

1) Uji Parsial (T)

Uji t untuk menguji kebenaran koefisien regresi parsial. Pengujian melalui uji t adalah dengan membandingkan T_{hitung} dengan T_{tabel} pada taraf nyata $\alpha = 0,1$. Uji t berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$) atau probabilitas kesalahan lebih kecil dari 10% (signifikan $< 0,1$). Adapun hasil uji parsial pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Parsial

Variabel	T	Sig
<i>Pengetahuan</i>	3.151	.004
<i>Motivasi</i>	5.198	,001

Sumber : Hasil Penelitian Data Spss 2024

- a) Uji hipotesis variabel Pengetahuan (X_1) terhadap keputusan pembelian asuransi syariah di PT. Takaful keluarga (Y). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dengan nilai tHitung sebesar 3.151 lebih besar apabila dibandingkan dari tTabel sebesar 1.701 (nilai tTabel $df=n-k$, untuk $n=34$ $k= 6$ dan signifikansi 0,05) dengan hasil signifikan sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian asuransi syariah di PT. Takaful Keluarga
- b) Uji hipotesis variabel Motivasi (X_2) terhadap keputusan pembelian asuransi takaful keluarga (Y). berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dengan nilai tHitung sebesar 5.198 lebih besar dari tTabel sebesar 1.705 (nilai tTabel $df=n-k$ untuk $n=34$ $k=8$ dan signifikansi 0,05) dengan hasil signifikan sebesar 0,001 lebih kecil

dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian asuransi syariah di PT. Takaful Keluarga.

2) Uji Simultan (F)

Uji F ini merupakan uji secara simultan untuk mengetahui apakah variabel pengetahuan dan motivasi secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penjualan. Uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} . Dari hasil analisis diperoleh hasil output pada tabel berikut:

Tabel 4.13

Hasil Uji Simultan

Model	F	Sig
1	185.204	.001

Sumber : Hasil Penelitian Data Spss 2024

Dari hasil uji F yang disajikan pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 185.204 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,587 (nilai F_{tabel} $df = n - k - 1$, $n = 34$ $k = 7$) dan nilai signifikan sebesar 0.001 lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan sebesar 0,05, artinya terdapat pengaruh pengetahuan dan motivasi terhadap keputusan pembelian asuransi syariah takaful keluarga.

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

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independent (Ghozali,2018). Adapun nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Dalam penelitian ini Koefisien determinasi menggunakan nilai *Adjusted R²* untuk mengukur besarnya koefisien determinasi.

Tabel 4.14

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	Adjusted R Squar
1	.961	.918

Sumber : Hasil Penelitian Data Spss 2024

Dari hasil Uji Koefisien Determinasi pada tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai (*Adjusted R Squar*) yang diperoleh sebesar 0,918 atau 91,8% keputusan pembelian asuransi syariah di takaful keluarga dipengaruhi oleh pengetahuan dan motivasi sisanya 7,8 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini.

d. 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 : pengetahuan (X1) dan motivasi (X2) terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian (Y). hasil analisis regresi ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4.15

Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>	
		B	Std. Error
1	(Constant)	4.133	1.552
	X1	.445	.141
	X2	.540	.104

Sumber : Hasil Penelitian Data Spss 2024

Berdasarkan tabel 4.15 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 sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 4.133 + 0,445 + 0,540 + e$$

Keterangan :

X1 : Pengetahuan

X2 : Motivasi

Y : Keputusan Pembelian

Persamaan regresi linear berganda dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta 4.133 dapat diartikan apabila semua variabel bebas dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan. Maka, keputusan pembelian asuransi syariah sebesar 4.133 nilai konstanta bernilai positif, berarti jika variabel bebas naik atau berpengaruh dalam satuan maka variabel terikat juga akan naik.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan sebesar 0,445 ini berarti bahwa variabel pengetahuan (X_1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan kata lain setiap terjadi peningkatan variabel pengetahuan (X_1) sebesar satu-satuan maka pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan pembelian asuransi syariah takaful keluarga akan naik sebesar 0, 445 dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel motivasi (X_2) sebesar 0,540 ini berarti bahwa variabel motivasi (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan kata lain setiap terjadi peningkatan variabel motivasi (X_2) sebesar satu-satuan maka

motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian asuransi syariah takaful keluarga akan naik sebesar 0,540 dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.

C. Analisis Data

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik diatas 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 kedua variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin tinggi pengetahuan dan motivasi maka mengakibatkan semakin tinggi pula keputusan pembelian yang dihasilkan. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan secara parsial terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Syariah Di PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada variabel pengetahuan terhadap keputusan menjadi nasabah menggunakan uji t, diperoleh hasil bahwa variabel pengetahuan (X1) memiliki nilai t-hitung lebih besar dibandingkan t-tabel ($3.151 > 1.701$) dengan nilai signifikansi 0,004 (Sig = 0,004 < 0,05). Maka berarti bahwa hipotesis

dalam penelitian menolak H_0 dan menerian H_a . Dengan demikian berarti bahwa hipotesis “pengetahuan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi syariah di PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin.”

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ade Indra pada tahun 2021, Novi Nugraha pada tahun 2019 dan Idris Said pada tahun 2019. Ketiga penelitian tersebut mengungkapkan bahwa pengetahuan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah. Implikasi dari hasil penelitian ini yaitu pengetahuan merupakan faktor penentu tinggi rendahnya keputusan menjadi nasabah.

Secara teoritis, hal ini sesuai bahwa pengetahuan melibatkan informasi berkenaan dengan keputusan beli konsumen untuk memunculkan keputusan menjadi nasabah. Seperti teori yang dikemukakan oleh Engel, pengetahuan mencakup potongan informasi yang dimiliki konsumen yang berhubungan erat dengan pemerolehan produk. Pengetahuan melibatkan informasi berkenaan dengan keputusan beli konsumen untuk memunculkan keputusan menjadi nasabah.

Idealnya, semakin tinggi pengetahuan seseorang maka tinggi juga peluang orang tersebut untuk memiliki keputusan terhadap suatu produk. Sebaliknya, apabila pengetahuan seseorang semakin rendah

maka peluang orang tersebut untuk memiliki keputusan terhadap suatu produk akan semakin rendah pula.

Oleh karena itu, PT Takaful Keluarga Cabang Makassar Agency Tim Antasari perlu melakukan upaya peningkatan pengetahuan, terutama terhadap asuransi syariah takaful. Upaya yang dapat dilakukan antara lain dengan melakukan sosialisasi, iklan di media massa yang pada akhirnya akan meningkatkan keputusan menjadi nasabah.

Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahayu pada tahun 2022 bertolak belakang dengan hasil penelitian ini. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa pengetahuan berpengaruh negatif terhadap keputusan menjadi nasabah pada asuransi syariah cabang Tulungagung.

2. Pengaruh Motivasi secara parsial terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Syariah Di PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin

Hasil pengujian motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah menggunakan uji t, diperoleh hasil bahwa variabel motivasi (X2) memiliki nilai t-hitung lebih besar dibandingkan t-tabel ($5.198 > 1.705$) dengan nilai signifikansi 0,001 ($\text{Sig} = 0,001 < 0,05$). maka hipotesis dalam penelitian ini menerima H_a dan menolak H_0 . Dengan demikian berarti hipotesis “Motivasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Asuransi Syariah di PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin.”

Hasil ini penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ade Indra, Novi Nugraha pada tahun 2019 dan Idris Said pada tahun 2019. Ketiga penelitian tersebut mengungkapkan bahwa motivasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah. Implikasi dari hasil penelitian ini yaitu motivasi merupakan faktor penentu tinggi rendahnya keputusan menjadi nasabah.

Secara teoritis, hal ini sesuai bahwa keputusan seseorang untuk menjadi konsumen dipengaruhi oleh motivasi dalam diri untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka. Seperti teori yang dikemukakan oleh schiffman dan kanuk, mereka mengatakan bahwa motivasi merupakan dorongan dalam diri seseorang yang muncul dari dalam maupun luar diri individu yang dipicu oleh emosional, kesadaran, lingkungan maupun keadaan psikologis. Sehingga semakin tinggi pemicu motivasi maka akan semakin tinggi pula tindakan yang ia lakukan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Sebaliknya, semakin rendah motivasi yang dimiliki seseorang maka akan semakin rendah pula keputusan orang tersebut terhadap suatu produk.

Oleh sebab itu, PT Takaful Keluarga Cabang Makassar Agency Tim Antasari perlu untuk melakukan upaya peningkatan pengetahuan, terutama terhadap asuransi syariah takaful. Hal yang dapat dilakukan antara lain dengan melakukan promosi dan penjualan langsung dimana agen asuransi diharapkan dapat meyakinkan dan menimbulkan motivasi.

Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Indah Sari pada tahun 2019 bertolak belakang dengan hasil penelitian ini. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa motivasi memiliki hubungan positif atau searah, namun tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada asuransi syariah jasindo takaful pematang sianta.

3. **Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Secara Simultan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Syariah Di PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin**

Berdasarkan hasil uji statistik F yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa variabel pengetahuan (X1) dan motivasi (X2) memiliki nilai F-hitung lebih besar dibandingkan F-tabel ($185.204 > 2.587$), dengan nilai signifikansi 0,001 (Sig = $0,001 < 0,05$) maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan menjadi nasabah Asuransi Syariah Di PT Takaful Keluarga Cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin, dengan demikian berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan motivasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi syariah Di PT Takaful Keluarga Cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin. Mengacu pada teori bahwa pengetahuan dan motivasi berkaitan dengan keputusan, maka hasil penelitian dapat dikatakan telah sesuai secara teoritis.

Dalam penelitian yang dilakukan penulis pada tabel 4.4 dapat dibuktikan berdasarkan tanggapan responden bahwa sebagian besar

memberikan tanggapan setuju terhadap pertanyaan, pertanyaan mengenai pengetahuan. Pada tabel 4.5 dapat dibuktikan berdasarkan tanggapan responden bahwa sebagian besar memberikan tanggapan setuju terhadap pertanyaan, pertanyaan mengenai motivasi. Dan pada tabel 4.6 dapat dibuktikan berdasarkan tanggapan responden bahwa sebagian besar memberikan tanggapan setuju terhadap pertanyaan, pertanyaan mengenai keputusan pembelian.

Seperti teori yang dikemukakan oleh J. Supranto (2011) dan Danang Suntoyo (2013) dapat diambil kesimpulan bahwa keputusan pembelian itu merupakan suatu proses yang mengkombinasikan pengetahuan dan berbagai hal yang memotivasi konsumen untuk mengadakan pembelian.

Hasil ini penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ade Indra pada tahun 2021, Novi Nugraha pada tahun 2019 dan Idris Said pada tahun 2019. Ketiga penelitian tersebut mengungkapkan bahwa pengetahuan dan motivasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah. Implikasi dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam rangka meningkatkan keputusan menjadi nasabah asuransi syariah, PT Takaful Keluarga Cabang Makassar Agency Tim Antasari perlu terus melakukan upaya peningkatan pengetahuan dan motivasi.