

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum**

##### **1. Sejarah Singkat PT. Takaful Keluarga Indonesia**

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 yayasan 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 operasional ketika 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 professional yang berkomitmen untuk mengembangkan asuransi syariah.

## 2. Visi dan misi

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. Menjadi perusahaan asuransi jiwa syariah yang terdepan dalam pelayanan, operasional dan pertumbuhan bisnis Syariah di Indonesia dengan profesional, amanah dan bermanfaat bagi masyarakat.
- b. Misi Asuransi Takaful Keluarga
  1. Menyelenggarakan bisnis asuransi syariah secara profesional dengan memiliki keunggulan dalam standar operasional dan layanan.

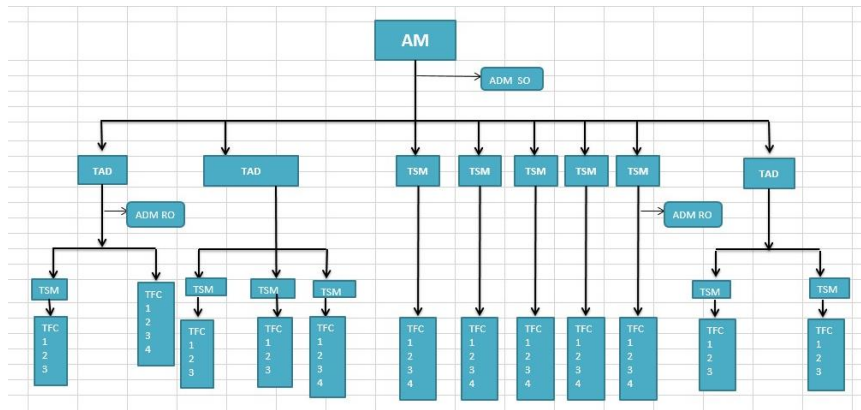
2. Menciptakan sumber daya manusia yang handal melalui program pengembangan sumber daya manusia yang berkelanjutan.
  3. Mendayagunakan teknologi yang terintegrasi dengan berorientasi pada pelayanan dan kecepatan, kemudahan serta informatif.
  4. Memberikan solusi dan pelayanan terbaik dalam perencanaan keuangan dan pengelolaan resiko bagi ummat dengan menawarkan jasa takaful dan keuangan syariah yang dikelola secara profesional, adil, tulus dan amanah.
3. Produk Asuransi Dana Pendidikan (Fulnadi)

Takaful Dana Pendidikan merupakan produk asuransi jiwa syariah yang dikaitkan dengan program tabungan dan dirancang khusus untuk membantu setiap orangtua dalam merencanakan dana pendidikan buah hatinya. Pola penarikan dana disesuaikan dengan kebutuhan biaya untuk setiap jenjang pendidikan mulai dari Taman Kanak-kanak hingga Perguruan Tinggi.

Takaful Dana Pendidikan menghadirkan proteksi finansial bagi keberlangsungan pendidikan sang buah hati hingga Perguruan Tinggi bahkan bilamana orangtua tertimpa musibah meninggal dunia atau cacat tetap total dalam masa perjanjian.

4. Struktur Organisasi

**Gambar 4. 1**  
**Struktur Organisasi PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar**



Sumber : PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar 2024

**B. Penyajian Data**

1. Identitas Responden

a. Distribusi Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan pada perolehan data penelitian yang telah dilakukan dengan melakukan penyebaran data kuesioner, peneliti memperoleh data umur responden / nasabah yang telah membeli produk dana pendidikan (Fulnadi) di PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar yang dapat dilihat dari tabel di bawah ini sebagai berikut:

**Tabel 4. 1**  
**Umur Responden**

No	Umur	Jumlah Responden	Persentase
1	30 - 40 Tahun	21	70%
2	41- 50 Tahun	8	26,7%
3	51 – 60 Tahun	1	3%
4	61 – 70 Tahun	0	0%
<b>Total</b>		<b>30</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2024*

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat menunjukkan sebagian besar nasabah yang telah bergabung pada PT. Takaful Keluarga cabang Makassar memiliki tingkatan umur 30-40 tahun sebanyak 21 orang , pada umur 41-50 tahun sebanyak 8 orang, sedangkan umur 51-60 tahun hanya sebanyak 1 orang dan untuk umur 61-70 tahun tidak ada responden/0.

b. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan pada perolehan data penelitian yang telah dilakukan dengan melakukan penyebaran data kuesioner, memperoleh jenis kelamin responden / nasabah yang telah membeli produk dana pendidikan (Fulnadi) di PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar yang dapat dilihat dari tabel di bawah ni sebagai berikut:

**Tabel 4. 2**  
**Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-laki	16	53,3%
2	Perempuan	14	46,7%
<b>Total</b>		<b>30</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2024*

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat menunjukkan sebagian besar nasabah yang telah bergabung pada PT. Takaful Keluarga cabang Makassar memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 16 orang responden dan yang terkecil yaitu jenis kelamin perempuan sebanyak 14 orang responden/nasabah.

## 2. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap 30 orang responden melalui penyebaran dari kuesioner. Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel akan didasarkan pada rentang skor jawaban sebagaimana pada lampiran.

### a. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel kualitas pelayanan pada penelitian ini diukur melalui 5 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil dari tanggapan yang sudah didapatkan untuk variabel kualitas pelayanan dijelaskan pada tabel berikut :

**Tabel 4. 3**  
**Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan**

No	Pernyataan	Skor					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1.	X <sub>1. 1</sub>	13	9	8	-	-	30
2.	X <sub>1. 2</sub>	11	13	6	-	-	30
3.	X <sub>1. 3</sub>	9	14	7	-	-	30
4.	X <sub>1. 4</sub>	11	13	6	-	-	30
5.	X <sub>1. 5</sub>	12	10	8	-	-	30

*Sumber : Hasil Data pada Kuesioner 2024*

Tanggapan dari responden sebagaimana terlampir dalam tabel menunjukkan bahwa sebagian besar memberikan tanggapan setuju terhadap pernyataan-pernyataan mengenai kualitas pelayanan. Dan dari hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator-indikator variabel kualitas pelayanan terletak pada posisi tinggi.

b. Deskripsi Variabel Kualitas Produk

Variabel kualitas produk pada penelitian ini diukur melalui 6 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil dari tanggapan yang sudah didapatkan untuk variabel kualitas produk dijelaskan pada tabel berikut :

**Tabel 4. 4**  
**Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk**

No	Pernyataan	Skor					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1.	X <sub>2. 1</sub>	6	12	12	-	-	30
2.	X <sub>2. 2</sub>	10	12	8	-	-	30
3.	X <sub>2. 3</sub>	13	7	10	-	-	30
4.	X <sub>2. 4</sub>	10	13	7	-	-	30
5.	X <sub>2. 5</sub>	10	15	5	-	-	30
6.	X <sub>2. 6</sub>	9	15	6	-	-	30

*Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS 2024*

Tanggapan dari responden sebagaimana terlampir dalam tabel menunjukkan bahwa sebagian besar memberikan tanggapan setuju terhadap pernyataan-pernyataan mengenai kualitas produk. Dan dari hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator-indikator variabel kualitas produk terletak pada posisi tinggi.

c. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel kualitas produk pada penelitian ini diukur melalui 3 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil dari tanggapan yang sudah didapatkan untuk variabel kepuasan pelanggan dijelaskan pada tabel berikut :



**Tabel 4. 5**  
**Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan**

No	Pernyataan	Skor					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Y. 1	11	13	6	-	-	30
2.	Y. 2	12	12	6	-	-	30
3.	Y. 3	13	11	6	-	-	30

*Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS 2024*

Tanggapan dari responden sebagaimana terlampir dalam tabel menunjukkan bahwa sebagian besar memberikan tanggapan setuju terhadap pernyataan-pernyataan mengenai kepuasan pelanggan. Dan dari hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator-indikator variabel kepuasan pelanggan terletak pada posisi tinggi.

### C. Analisis Data

#### 1. Uji Instrumen Penelitian

##### a. Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah instrument indikator dari masing-masing variabel dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Pada tingkat signifikan 0,5% dan jumlah sampel yaitu 30 orang, maka dari tabel r diperoleh koefisien korelasi tabel:

$$df = n - 2$$

$$df = 30 - 2$$

df = 28

r tabel yang diperoleh = 0,374

Dengan demikian jika suatu item pernyataan mempunyai nilai *item total correlation* atau koefisien validitas atau r hitung > r tabel = 0,374 maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan layak digunakan, sebaliknya jika suatu item pernyataan mempunyai nilai *item total correlation* atau koefisien validitas atau r hitung < r tabel = 0,374 maka item pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid, sehingga item pernyataan tersebut tidak layak digunakan dalam kuesioner.

**Tabel 4. 6**

**Hasil Pengujian dari Validitas**

Variabel / Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
<b>Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)</b>			
X <sub>1. 1</sub>	0,615	0,374	VALID
X <sub>1. 2</sub>	0,615	0,374	VALID
X <sub>1. 3</sub>	0,623	0,374	VALID
X <sub>1. 4</sub>	0,794	0,374	VALID
X <sub>1. 5</sub>	0,654	0,374	VALID
<b>Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)</b>			
X <sub>2. 1</sub>	0,788	0,374	VALID
X <sub>2. 2</sub>	0,619	0,374	VALID
X <sub>2. 3</sub>	0,690	0,374	VALID
X <sub>2. 4</sub>	0,663	0,374	VALID

X <sub>2.5</sub>	0,695	0,374	VALID
X <sub>2.6</sub>	0,752	0,374	VALID
<b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b>			
Y.1	0,849	0,374	VALID
Y.2	0,794	0,374	VALID
Y.3	0,861	0,374	VALID

*Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS 2024*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa korelasi masing-masing indikator terhadap total skor konstruk dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, yaitu menunjukkan bahwa  $r$  hitung lebih besar dibandingkan dengan  $r$  tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pada indikator ini dinyatakan valid, dan penelitian ini dapat dilanjutkan.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan sebagai alat dalam pengumpulan data, bahwa suatu instrument pada penelitian harus dapat dipercaya dan cukup baik. Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila suatu jawaban dari seorang responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

**Tabel 4. 7**  
**Hasil Pengujian dari Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	N of Items	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	0, 685	0, 60	5	Reliabel
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	0, 789	0, 60	6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0, 782	0, 60	3	Reliabel

*Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS 2024*

Berdasarkan tabel uji reliabilitas diatas dapat dilihat bahwa dari tabel menunjukkan variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0, 685 dan variabel kualitas produk (X<sub>2</sub>) memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0, 789 pada variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0, 782. Sehingga pada uji ini dapat disimpulkan bahwa variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan Y memiliki nilai diatas 0,60 atau

$$X_1, X_2, \text{ dan } Y > \text{Cronbach's Alpha } 0,60$$

Sehingga variabel dalam penelitian ini dinyatakan Reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018, hlm. 161) Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi pada variabel tersebut merupakan variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Adapun rumus yang digunakan dalam uji normalitas ini adalah Kolmogorov-smirnov dengan ketentuan jika data memiliki distribusi signifikan  $> 0,05$  maka data tersebut dapat dikatakan normal dan jika tidak memiliki distribusi signifikan  $< 0,05$  maka data tersebut dikatakan tidak normal. Hasil dapat dilihat pada gambar grafik normal plot dibawah ini :

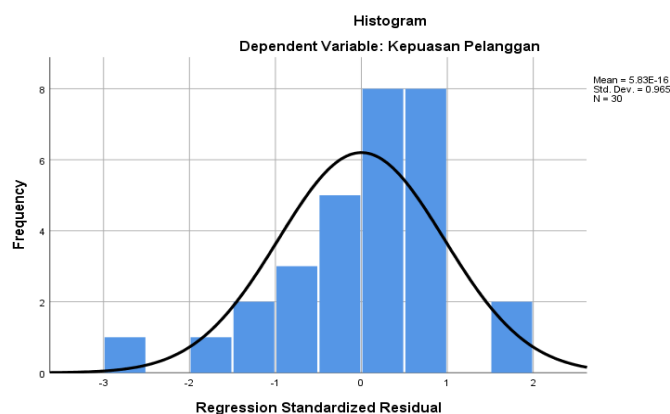
**Tabel 4. 8**

**Hasil Uji Normalitas**

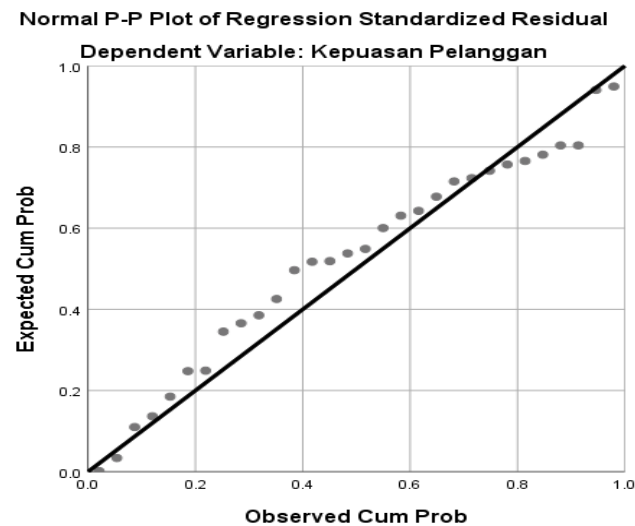
Asymp. Sig ( 2 – tailed ) <sup>c</sup>	Unstandardized Residual  .200d
---	---

*Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS 2024*

**Gambar 4. 2 Diagram Uji Normalitas**



**Gambar 4. 3 Diagram P-Plot**



Dari hasil uji normalitas yang disajikan pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil dari semua data berdistribusi secara normal, besaran data berada pada sekitar garis diagonal. Jadi model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka bisa disebut dengan homoskedastisitas dan jika terdapat perbedaan disebut dengan heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat menggunakan metode grafik scatterplot yang dihasilkan dari oufut program SPSS versi 25, apabila pada gambar menunjukkan tidak ada pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y (Ghozali, 2018). Maka hal

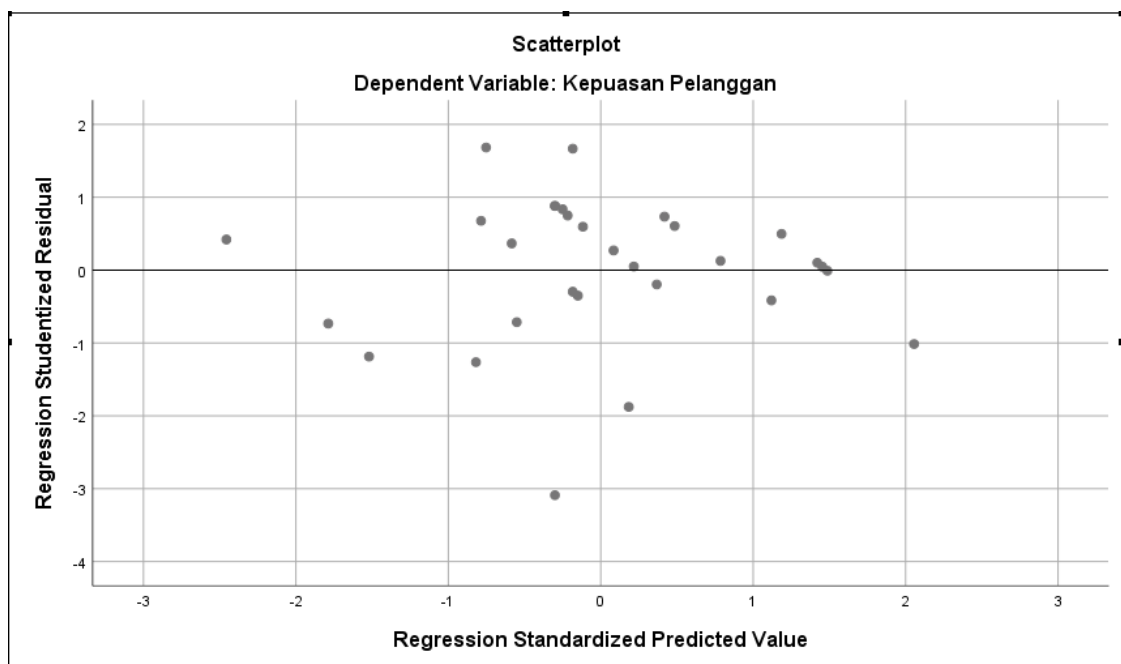
ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi adanya heteroskedastisitas melalui grafik scatterplot sebagai berikut :

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	T	Sig
Kualitas Pelayanan	-894	0,379
Kualitas Produk	1.441	0,161

*Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS 2024*

**Gambar 4. 4 Diagram Scatterplot**



Dari hasil uji heteroskedastisitas yang disajikan di atas berdasarkan uji glejser yang menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel kualitas pelayanan (X1) adalah 0, 379 variabel kualitas produk

(X2) yaitu 0,161. Karena tingkat signifikansi seluruh variabel  $> 0,05$  maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan uji Glejser dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Dari scatterplot di atas dapat dilihat bahwa titik-titiknya menyebar secara acak dan tersebar dengan baik di atas maupun di bawah angka 0 dan sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dilakukan bertujuan untuk mengetahui hubungan yang sempurna antar variabel bebas dalam model regresi. Untuk mengetahui gejala multikolonieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai tolerance menunjukkan tidak ada variabel yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,1 yang berarti tidak ada korelasi antara variabel independen yang nilainya lebih dari 90% dan jika hasil perhitungan VIF menunjukkan tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 (Ghozali, 2018). Sehingga bisa disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolonieritas. Adapun uji multikolonieritas berada pada tabel di bawah ini :



**Tabel 4. 10**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

Variabel	Conllinearlrity Staltistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	1,000	1,000
Kualitas Produk	1,000	1,000

*Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS 2024*

Dari hasil uji di atas yang terdapat pada tabel menunjukkan bahwa nilai tolerance pada variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) lebih besar dari 0,10 sedangkan nilai VIF pada variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) lebih kecil dari 10, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolonieritas antara variabel bebas dalam model regresi.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Simultan (F)

Uji simultan merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Uji simultan dilakukan dengan membandingkan F hitung dan juga F tabel. Dari hasil analisis yang dilakukan memperoleh outfut pada tabel berikut :

Dari hasil uji simultan yang telah di uji menunjukkan bahwa F hitung sebesar 35,345 yang mana lebih besar dari F tabel sebesar

$$df = n - k - 1$$

$$df = 30 - 3 - 1$$

$$df = 26$$

$$F \text{ tabel} = 3,37$$

**Tabel 4. 11**

**F tabel**

<b>26</b>	4,23	<b>3,37</b>
-----------	------	-------------

dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan yang telah ditentukan sebesar 0,05, yang berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

b. Uji Parsial (t)

Uji parsial (t) digunakan untuk menguji kebenaran koefisien regresi parsial. Pengujian melalui uji ini dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel pada taraf nyata  $\alpha = 0,05$ . Uji t berpengaruh secara signifikan apabila hasil dari perhitungan t hitung lebih besar dari t tabel (  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ) atau probabilitas kesalahan lebih kecil dari 5% (signifikan  $< 0,05$ ).

**Tabel 4. 12**

**t tabel**

<b>27</b>	0,68368	1,31370	<b>1,70329</b>
-----------	---------	---------	----------------

**Tabel 4. 13**  
**Hasil Uji Parsial**

	T	Sig
Kualitas Pelayanan	7,270	0,000
Kualitas Produk	-4,072	0,000

*Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS 2024*

- 1) Uji hipotesis pada variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa nilai koefisien bernilai positif dengan nilai t hitung sebesar 7,270, yaitu lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,703 dengan hasil signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
  - 2) Uji hipotesis pada variabel kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa nilai koefisien bernilai negatif dengan nilai t hitung sebesar -4,072 lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 1,703 dengan hasil signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan

variasi variabel dependen amat terbebas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen.

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa hasil yang diperoleh dari nilai (*Adjusted R Square*), yaitu sebesar 0,792 atau 79,2% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk, sisanya sebesar 20,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

d. Uji Regresi Linear Berganda

Model persamaan regresi yang baik adalah yang telah memenuhi syarat asumsi klasik, di antaranya semua data berdistribusi normal, model harus bebas gejala multikolonieritas dan terbebas dari heteroskedastisitas. Analisis data ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap variabel yang terkait yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Hasil analisis regresi sebagai berikut :

**Tabel 4. 14**

**Hasil Uji Analisis Linear Berganda**

Model		Ustandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(constant)	7.326	2.151
	X1	.541	.074
	X2	-.244	.060

*Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS 2024*

Dari hasil uji diatas dapat disusun persamaan regresi linear berganda di antaranya variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dengan memasukkan koefisien regresi linear berganda ke dalam bentuk persamaan sebagai berikut :

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

$$Y = 7,326 + 0,541 X_1 + (-0,244) X_2$$

Dimana :

Y : Kepuasan Pelanggan

a : Konstanta

b1, b2 : Koefisien Regresi Variabel

e : Standar Error

X1: Kualitas Pelayanan

X2 : Kualitas Produk

Persamaan regresi linear berganda dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta sebesar 7,326 diartikan bahwa apabila semua variabel bebas dianggap konstan/tidak mengalami perubahan. Maka, Kepuasan pelanggan sebesar 7,326 nilai konstanta bernilai positif, dapat diartikan jika variabel bebas turun atau berpengaruh dalam satuan maka variabel terkait juga akan turun.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,541 ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan kata lain jika

setiap terjadi peningkatan pada variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar satu-satuan maka kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan akan naik menjadi 0,541 dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan..

- 3) Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar -0,244 ini berarti bahwa variabel kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dengan kata lain jika setiap terjadi peningkatan pada variabel kualitas produk ( $X_2$ ) sebesar satu-satuan maka kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

#### **D. Temuan Penelitian**

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik yang telah dilakukan dan dapat dilihat diatas dengan jelas secara parsial, semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel yang terikat begitupun simultan, variabel bebas berpengaruh terhadap variabel yang terikat. Pengaruh yang diberikan oleh kedua variabel bebas tersebut berartikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan kualitas produk maka mengakibatkan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan. Hasil tersebut juga sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan. Hasil pnelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

**1) Uji Simultan Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan(Nasabah asuransi dana pendidikan)**

Berdasarkan pada hasil uji F, maka dapat diketahui nilai F hitung sebesar 35,345 lebih besar daripada F tabel yang sebesar 3,37 dengan tingkat signifikan 0,000, karena probabilitasnya yang signifikan jauh lebih kecil dari nilai sig  $<0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berarti menunjukkan bahwa hipotesis kualitas pelayanan dan kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang telah membeli produk asuransi dana pendidikan di PT. Takaful Keluarga. Dengan demikian, hipotesis dari kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima.

Kesimpulannya bahwa variabel  $X_1$  dan variabel  $X_2$  berpengaruh terhadap variabel Y. Berdasarkan dari uji koefisien determinasi kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk sebesar 79,2%. Hal inilah yang bermakna bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Sedangkan sisanya sebesar 20,8% dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil di atas menunjukkan

bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki hubungan yang moderat dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam penelitian ini.

Hal ini sejalan dengan teori yang dipaparkan oleh Lovelock, Wirtz dan Mussary, yang mendefinisikan kualitas pelayanan dilihat dari sudut pandang pengguna, yaitu sebagai suatu konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Selain itu, teori kualitas produk yang dikembangkan oleh Kotler dan Armstrong juga mengatakan bahwa kualitas produk menjadi salah satu karakteristik yang bergantung kepada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, yang berarti bahwa fitur dari produk inilah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Di samping itu Engelet. At, dan Tjiptono menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan. Dalam konteks ini langkah-langkah yang perlu diperhatikan agar pelanggan merasa puas ialah dengan memperhatikan manfaat produk yang ditawarkan, pelayanan yang ramah serta baik, mudahnya proses klaim, dan keandalan perusahaan.

**2) Uji Parsial Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara Parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Nasabah asuransi dana pendidikan)**

- a)  $X_1 \rightarrow Y$  Secara parsial nilai variabel kualitas pelayanan sebesar  $t$  hitung 7,270 lebih besar dari  $t$  tabel 1,703, dengan demikian tingkat signifikan 0,000 karena nilai probabilitas signifikannya lebih kecil dari



$< 0,05$ , artinya  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa “Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada nasabah asuransi dana pendidikan di PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar”.

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan oleh para nasabah, yang berarti meningkat atau turunnya nilai kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan pelayanan oleh para agen dan perusahaan sangat sesuai dengan harapan dari pelanggan. Pelayanan yang diberikan mampu membuat para calon nasabah mengerti akan produk yang dijelaskan oleh agen, komunikasi antar calon nasabah dan agen sangat baik, yang membuat suasana menjadi sangat nyaman. Hal itu yang membuat para nasabah akan merasakan puas dan sesuai dengan harapan mereka. Jika semakin tinggi pengaruh pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andre Octo Yurianto & Reni Shinta Dewi (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan(studi pada nasabah Asuransi Unit Link di PT. Prudential Life Assurance Semarang)”. Yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan

pelanggan memiliki pengaruh yang begitu besar terhadap kepuasan pelanggan, pelayanan yang diberikan baik dan keseluruhan sudah memenuhi harapan nasabah. Penelitian ini juga sejalan dengan Ming-shing Lee, Huey-Der Hsiao, dan Ming-Fen Yang(2010), hasil penelitiannya adalah kualitas layanan memiliki efek positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian oleh Atmaja dan Adiwinata (2013) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini searah dengan teori Usmara (2003) yang menyatakan bahwa suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan ekspektasi pelanggan dengan hasil kinerja sesuai. Dalam konteks ini dapat diketahui bahwa pelayanan yang diberikan harus selalu melalui evaluasi agar pelanggan merasa nyaman, teori ini sejalan dengan teori yang di paparkan oleh Haryono (2016), yang menunjukkan bahwa karena adanya layanan pelanggan yang prima, pelanggan akan semakin mempercayai perusahaan yaitu dengan memberikan keahlian atau keandalan untuk memuaskan pelanggan. Kualitas berpengaruh positif artinya ketika nilai variabel kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat, begitupun sebaliknya jika nilai variabel kualitas pelayanan menurun maka kepuasan pelanggan akan menurun.

Pelayanan yang baik sangatlah penting yang harus di kella oleh perusahaan dengan memberikan beberapa pemahaman untuk para agen, agar kiranya ketika calon nasabah berkunjung entah secara tatap muka atau bahkan virtual pelayanan selalu di utamakan dikarenakan pelayanan yang dilakukan para agen lah yang membuktikan bahwa sesuai dengan harapan pelanggan dan tidak mengecewakan. Hal ini lah yang dapat membuat pelanggan menjadi percaya dan memiliki keinginan untuk memiliki produk asuransi ini. Selain itu agen juga di latih tentang pemahaman nya agar dapat menjelaskan secara detail tentang produk asuransi kepada pelanggan. Dari teori serta penelitian terdahulu dapat memberikan sebuah ide untuk melakukan pelatihan serta evaluasi agar pelanggan merasa nyaman dan puas.

Adapun hasil penelitian yang berlawanan dari hasil diatas dari Syariful Mahsyar dan Untung Surapati (2020) yang menghasilkan bahwa penelitian kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

- b)  $X_2 \rightarrow Y$  Secara parsial nilai variabel kualitas produk sebesar t hitung -4,072 lebih kecil dari t tabel 1,703, dengan demikian tingkat signifikan 0,000 karena nilai probalitasnya signifikannya lebih kecil dari  $< 0,05$ , artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berarti hasil hipotesis variabel kualitas produk mempunyai pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas produk berpengaruh negatif artinya berlawanan, ketika nilai variabel kualitas produk meningkat maka kepuasan pelanggan menurun, begitu juga sebaliknya ketika nilai variabel kualitas produk menurun maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Hasilnya berlawanan dan koefisien akan bernilai negatif.

Hal ini menunjukkan bahwa jika semakin rendah kualitas produk yang ditawarkan maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi, begitupun sebaliknya jika semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan maka kepuasan pelanggan akan semakin turun. Maksudnya, dikarenakan kurangnya kesadaran para orangtua untuk menyiapkan dana pendidikan sejak dini, pemahaman, serta harga produk yang membuat para orang tua berpikir untuk membelikan polis asuransi untuk anak mereka.

Hal ini sejalan dengan teori yang disimpulkan oleh Razak (2019) terpenuhi atau tidak terpenuhi harapan pelanggan, tergantung kepada kemampuan perusahaan dalam menawarkan kualitas produk yang dirasakan pelanggan. Maksudnya disini yaitu jika perusahaan tidak mampu menawarkan kualitas produk yang sesuai, maka pelanggan tidak puas. Apalagi jikalau produk yang ditawarkan terdapat beberapa kesalahan seperti terlambatnya klaim perbulan, harga yang tidak sesuai dan lainnya.

Adapun hasil penelitian yang berlawanan dari hasil di atas, dari Pribanus dan Tambrin (2019) yang mengatakan bahwa hasil dari

penelitian mereka yaitu kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.