

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Gambaran Umum**

###### **a. Sejarah Singkat PT. Takaful Keluarga**

PT. Takaful Keluarga merupakan perusahaan asuransi syariah yang pertama di Indonesia 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 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. 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 operasional 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 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

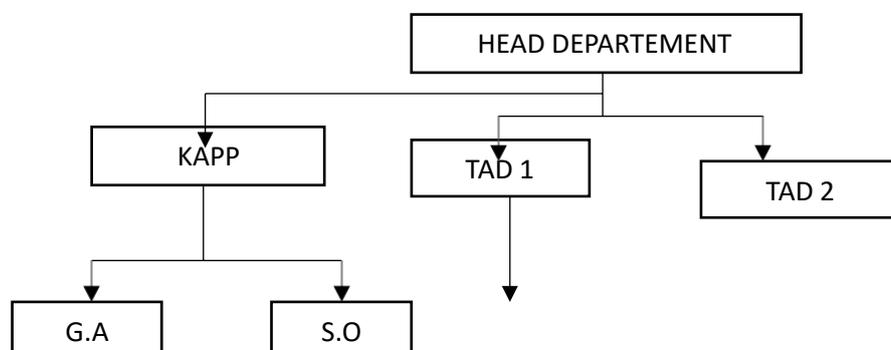
mengajarkan masyarakat untuk saling bahu membahu dalam menghadapi suatu musibah, karena semua orang muslim dan muslim lainnya adalah bersaudara.

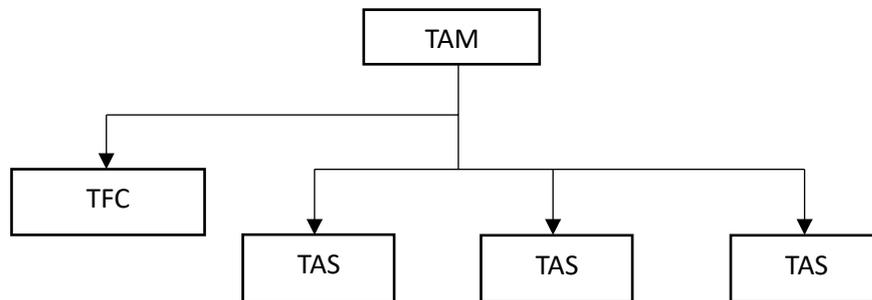
- 1) Visi PT. Takaful Keluarga yakni menjadi group asuransi yang terkemuka yang menawarkan jasa takaful dan keuangan syariah yang komprehensif dengan jangkauan signifikan di seluruh Indonesia.
- 2) Misi PT. Takaful Keluarga memberikan solusi dan pelayanan terbaik dalam perencanaan keuangan dan pengelolaan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

### c. Struktur Organisasi

#### Struktur Organisasi PT. Asuransi Takaful Indonesia Kantor

##### Pemasaran Makassar





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 masyarakat Kota Banjarmasin yang berjumlah 98 responden dari kelurahan Banjarmasin Timur,

Banjarmasin Utara dan Banjarmasin Barat.

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	Frekuensi	Presentase
1	Laki-Laki	56	57,1%
2	Perempuan	42	42,9%
<b>Jumlah</b>		<b>98</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2024*

Berdasarkan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang melakukan pengisian data kuesioner dari laki-laki berjumlah 56 orang dengan presentase 57,1%, dan perempuan sebanyak 42 orang dengan presentase 42,9%.

**b. Berdasarkan Umur Responden**

**Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan umur responden**

No	Umur	Jumlah Responden	Presentase
1	<20 Tahun	3	3,1%
2	21 - 30 Tahun	31	31,6%

3	31 - 40 Tahun	36	36,7%
4	41 - 50 Tahun	20	20,4%
5	51 - 60 Tahun	8	8,2%
Total		98	100%

*Sumber: Data primer yang diolah, 2024*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah reponden yang melakukan pengisian data kuesioner umur <20 tahun sebanyak tiga orang dengan presentase 3,1%, umur 21-30 tahun sebanyak tiga puluh satu orang dengan presentase 31,6%, umur 31-40 tahun sebanyak tiga puluh enam orang dengan presentase 36,7 %, umur 41-50 tahun sebanyak dua puluh orang dengan presentase 20,4%, umur 51-60 tahun sebanyak delapan orang dengan presentase 8,2%

### c. Berdasarkan Lokasi Responden

**Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan lokasi penelitian**

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Banjarmasin Timur	23	23,5%
2	Banjarmasin Utara	48	49%
3	Banjarmasin Barat	27	27,6%
<b>Jumlah</b>		<b>98</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2024*

Berdasarkan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang melakukan pengisian data kuesioner dari Banjarmasin Timur berjumlah dua puluh tiga orang dengan presentase 23,5%, Banjarmasin Utara sebanyak empat puluh delapan orang dengan presentase 49% dan Banjarmasin Barat sebanyak dua puluh tujuh orang dengan presentase 27,6%

### 3. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan data dari hasil penyebaran kuesioner kepada 98 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 4.4 berikut:

**Tabel 4. 4 Variabel Produk**

No	Pernyataan	Skor					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
1.	X1.1	1	0	2	71	24	98
2.	X1.2	1	1	4	64	28	98

*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 minat masyarakat menjadi nasabah pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar yang ada di Banjarmasin.

b. Deskripsi Variabel Harga

Variabel harga pada penelitian ini diukur melalui 4 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap harga dapat dijelaskan pada tabel 4.5 berikut:

**Tabel 4. 5 Variabel Harga**

No	Pernyataan	Skor					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
1.	X2.1	1	0	2	71	24	98
2.	X2.2	1	1	4	64	28	98
3.	X2.3	1	1	0	68	28	98
4.	X2.4	1	2	0	74	21	98

*Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024*

Berdasarkan dari hasil tanggapan responden terkait variabel harga diatas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menjawab setuju yang berarti bahwa indikator harga berpengaruh

terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar yang ada di Banjarmasin.

c. Deskripsi Variabel Lokasi

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

**Tabel 4. 6 Variabel Lokasi**

No	Pernyataan	Skor					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
1.	X3.1	0	0	0	52	46	98
2.	X3.2	0	0	0	48	50	98
3.	X3.3	0	0	0	50	48	98

*Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024*

Berdasarkan dari hasil tanggapan responden terkait variabel lokasi diatas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menjawab setuju yang berarti bahwa indikator lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar yang ada di Banjarmasin.

d. Deskripsi Variabel Promosi

Variabel promosi pada penelitian ini diukur melalui 5 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap promosi dapat dijelaskan pada tabel 4.7 berikut:

**Tabel 4. 7 Variabel Promosi**

No	Pernyataan	Skor					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
1.	X4.1	0	0	0	43	55	98
2.	X4.2	0	0	0	46	52	98
3.	X4.3	0	0	0	49	49	98
4.	X4.4	0	0	0	42	56	98
5.	X4.5	0	0	0	48	50	98

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Berdasarkan dari hasil tanggapan responden terkait variabel promosi diatas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menjawab setuju yang berarti bahwa indikator promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar yang ada di Banjarmasin.

e. Deskripsi Variabel Minat Nasabah

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

**Tabel 4. 8 Variabel Minat Nasabah**

No	Pernyataan	Skor					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
1.	Y1	0	0	0	47	51	98
2.	Y2	0	0	0	33	65	98
3.	Y3	0	0	0	53	45	98

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Berdasarkan dari hasil tanggapan responden terkait variabel

Minat Nasabah diatas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menjawab setuju yang berarti bahwa indikator minat nasabah berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar yang ada di Banjarmasin.

## 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 98 responden maka nilai r tabel  $df = 98 - 2 = 96$  sehingga  $r_{tabel} = 0,1986$ . Jika suatu item pernyataan mempunyai nilai item-total correlation atau koefisien validitas dimana  $R_{hitung} < R_{tabel} = 0,1986$ , maka item pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid, sehingga item pernyataan tersebut tidak layak digunakan dalam kuesioner.

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Produk**

<b>Variabel</b>	<b>r<sub>Hitung</sub> (Person Correlation)</b>	<b>r<sub>Tabel</sub> N=98 a = 5%</b>	<b>Keterangan</b>
X <sub>1.1</sub>	0,885	0,1986	Valid

X <sub>1.2</sub>	0,914	0,1986	Valid
------------------	-------	--------	-------

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas dapat dilihat bahwa seluruh item dari kuesioner terkait dengan variabel (X<sub>1</sub>) yaitu Produk dinyatakan valid karena  $r_{hitung}$  memiliki nilai lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Harga**

Variabel	$r_{hitung}$ (Person Correlation)	$r_{tabel}$ N=98 a = 5%	Keterangan
X <sub>2.1</sub>	0,736	0,1986	Valid
X <sub>2.2</sub>	0,782	0,1986	Valid
X <sub>2.3</sub>	0,710	0,1986	Valid
X <sub>2.4</sub>	0,732	0,1986	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas dapat dilihat bahwa seluruh item dari kuesioner terkait dengan variabel (X<sub>2</sub>) yaitu Harga dinyatakan valid karena  $r_{hitung}$  memiliki nilai lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

**Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi**

Variabel	$r_{hitung}$ (Person Correlation)	$r_{tabel}$ N=98 a = 5%	Keterangan
X <sub>3.1</sub>	0,677	0,1986	Valid
X <sub>3.2</sub>	0,753	0,1986	Valid

X <sub>3.3</sub>	0,770	0.1986	Valid
------------------	-------	--------	-------

*Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024*

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dapat dilihat bahwa seluruh item dari kuesioner terkait dengan variabel (X<sub>3</sub>) yaitu Lokasi dinyatakan valid karena  $r_{hitung}$  memiliki nilai lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

**Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi**

Variabel	$r_{hitung}$ (Person Correlation)	$r_{tabel}$ N=98 $\alpha = 5\%$	Keterangan
X <sub>4.1</sub>	0,806	0,1986	Valid
X <sub>4.2</sub>	0,835	0, 1986	Valid
X <sub>4.3</sub>	0,757	0.1986	Valid
X <sub>4.4</sub>	0,734	0,1986	Valid
X <sub>4.5</sub>	0,607	0,1986	Valid

*Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024*

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas dapat dilihat bahwa seluruh item dari kuesioner terkait dengan variabel (X<sub>4</sub>) yaitu Promosi dinyatakan valid karena  $r_{hitung}$  memiliki nilai lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

**Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Masyarakat**

Variabel	$r_{\text{Hitung}}$ (Person Correlation)	$r_{\text{Tabel}}$ N=98 $\alpha = 5\%$	Keterangan
Y1	0,523	0,1986	Valid
Y2	0,672	0, 1986	Valid
Y3	0,657	0.1986	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas dapat dilihat bahwa seluruh item dari kuesioner terkait dengan variabel (Y) yaitu Minat Masyarakat dinyatakan valid karena  $r_{\text{hitung}}$  memiliki nilai lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$ .

#### 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. 14 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbocach's Alpha</i>	Standar Reliabilitas	N of Items	Keterangan
Produk (X1)	0,761	0,60	2	Reliabel

Harga (X2)	0,724	0,60	4	Reliabel
Lokasi (X3)	0,570	0,60	3	Reliabel
Promosi (X4)	0,803	0,60	5	Reliabel
Minat Masyarakat (Y)	0,707	0,60	3	Reliabel

*Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024*

Berdasarkan tabel 4.14 hasil uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa masing-masing nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel lebih besar dari r tabel yaitu 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan item pertanyaan sudah reliabel karena nilai cronbech alpha >0,60.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018 : 161). Pada penelitian ini uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov Smirnov satu arah. Untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak adalah dengan memperhatikan angka pada Asymp. Sig.( 2-tailed) dengan ketentuan:

- a) Data terdistribusi normal apabila nilai signifikansi (p) > 0,05.
- b) Data berdistribusi tidak normal apabila nilai signifikansi (p) < 0,05.

Berikut hasil uji normalitas pada penelitian ini.

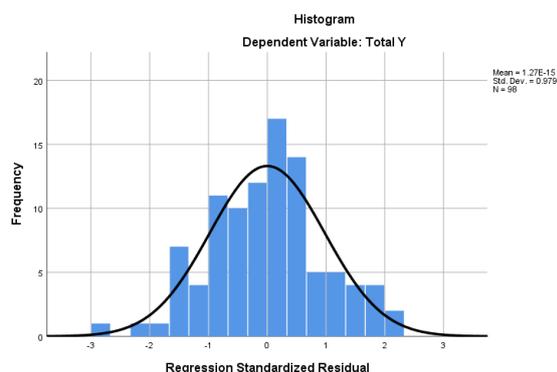
**Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas Menggunakan One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.61349190
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.044
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. This is a lower bound of the true significance.		

*Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024*

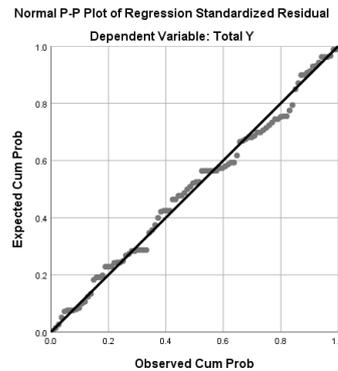
Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai Asymp. Sig. lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal dari hasil diatas dapat diketahui hasil metode Kolmogrov Smirov sebesar 0,200.

**Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Histogram**



*Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024*

**Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas Menggunakan P-Plot**



*Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024*

Dari hasil uji normalitas menggunakan grafik histogram dan grafik Normal P-P Plot diatas grafik histogram menunjukkan bahwa hasil data membentuk sebuah grafik atau pola distribusi seperti gunung dan normal. Sedangkan pada grafik Normal P-P Plot, terlihat titik menyebar disekitar garis diagonal. Jika dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memiliki distribusi data normal atau dengan kata lain data terdistribusi normal.

#### **b. Uji Multikolonieritas**

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang harusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Pada penelitian ini uji Multikolinieritas dilakukan ddengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) melebihi nilai 10 dan tolerance dibawah 0,1 maka variabel tersebut memiliki multikolinieritas yang tinggi (Gozali, 2005 : 92).

**Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolonieritas**

<b>Model</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>
X1	,710	1,409
X2	,714	1,401
X3	,819	1,221
X4	,817	1,223

*Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024*

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dalam tabel di atas, variabel X1 (produk) diperoleh nilai VIF sebesar 1,409 dan nilai *tolerance* 0,710, dan variabel X2 (harga) diperoleh nilai VIF sebesar 1,401 dan nilai *tolerance* 0,714 variabel X3 (lokasi) diperoleh nilai VIF sebesar 1,221 dan nilai *tolerance* 0,819, variabel X4 (promosi) diperoleh nilai VIF sebesar 1,223 dan nilai *tolerance* 0,817. Dari kedua variabel memiliki nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ . Jadi, dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel.

### 3. Uji Hipotesis dan Analisis Regresi

#### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Perhitungan regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 20 for windows*. Analisis ini bertujuan untuk memprediksikan nilai dari variabel tergantung nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah

hubungan.

Berikut adalah rumus regresi linier berganda (dengan empat variabel bebas)  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$

Keterangan :

$Y$  = Minat Masyarakat

$A$  = Konstanta

$b_1, b_2$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Produk

$X_2$  = Harga

$X_3$  = Lokasi

$X_4$  = Promosi

$E$  = eror/ Variabel Pengganggu

Berikut hasil uji regresi linier berganda yang bisa dilihat pada tabel

**Tabel 4. 19 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	2.362	1.075
X1	,087	0,69
X2	,148	0,46
X3	,331	0,64

X4	,158	0,38
----	------	------

*Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024*

Berdasarkan tabel 4.19 Hasil regresi linier berganda pada penelitian ini menggunakan Standardized Coefficeient. Maka dapat disusun persamaan regresi berikut :

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + e$$

$$Y = 2.362 + 0,87X_1 + 0,148X_2 + 0,331X_3 + 0,158X_4 + e$$

Persamaan regresi linier berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 2,362 menyatakan bahwa jika tidak ada perubahan nilai dari variabel produk (X1), harga (X2), lokasi (X3) dan promosi (X4) maka pengambilan keputusan (Y) akan tetap sebesar 2,362.
- b. Besarnya nilai koefisien regresi variabel pekerjaan (X1) sebesar 0,87 artinya variabel produk (X1) berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan dan tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini berarti, bahwa setiap kenaikan variabel pekerjaan (X1) sebesar satu satuan maka minat masyarakat (Y) akan naik sebesar 0,87 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.
- c. Besarnya nilai koefisien regresi variabel gaya hidup (X2) sebesar 0,148 artinya variabel harga (X2) berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan dan tanda positif tersebut menunjukkan

hubungan yang searah. Hal ini berarti, bahwa setiap kenaikan variabel gaya hidup ( $X_2$ ) sebesar satu satuan maka minat masyarakat ( $Y$ ) akan naik sebesar 0,148 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

- d. Besarnya nilai koefisien regresi variabel pekerjaan ( $X_3$ ) sebesar 0,331 artinya variabel lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan dan tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini berarti, bahwa setiap kenaikan variabel pekerjaan ( $X_3$ ) sebesar satu satuan maka minat masyarakat ( $Y$ ) akan naik sebesar 0,331 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.
- e. Besarnya nilai koefisien regresi variabel promosi ( $X_4$ ) sebesar 0,158 artinya variabel promosi ( $X_4$ ) berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan dan tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini berarti, bahwa setiap kenaikan variabel promosi ( $X_4$ ) sebesar satu satuan maka minat masyarakat ( $Y$ ) akan naik sebesar 0,158 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

#### **b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana kecocokan atau ketepatan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data hasil pengamatan. Koefisien

determinasi menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Semakin besar nilai (mendekati 1) maka ketepatan dikatakan semakin baik. Sifat koefisien determinasi sebagai berikut :

$$\text{Nilai } 0 \leq R^2 \leq 1$$

- 1) Jika nilai R<sup>2</sup> mendekati 0 menunjukkan pengaruh yang semakin kecil.
- 2) Jika nilai R<sup>2</sup> mendekati 1 menunjukkan pengaruh yang semakin besar

Hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 <sup>a</sup>	.546	.527	.627

*Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024*

Pada tabel 4.14 Hasil uji koefisien determinasi disimpulkan bahwa nilai R sebesar 0,739 sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat signifikansi hubungan dikategorikan memiliki hubungan yang cukup kuat, Nilai R Square diperoleh sebesar 0,546 yang artinya model tersebut dapat menjelaskan keempat variabel produk (X1), harga (X2), lokasi (X3) dan promosi (X3) dapat menjelaskan terhadap pengambilan keputusan sebesar 54,6 % sedangkan sisanya 45,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini.

### c. Uji Parsial (Uji T)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individu yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). (V. Wiratna Sujarweni : 161)

1) Jika nilai Signifikansi  $< \alpha$  0,5 maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima.

2) Jika nilai Signifikansi  $> \alpha$  0,05 maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak

Berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  :

1) Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka secara parsial bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

2) Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

**Tabel 4. 21 Hasil Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.362	1.075		2.199	.030
Produk (X1)	.087	.069	.105	1.264	.209
Harga (X2)	.148	.046	.264	3.197	.002
Lokasi (X3)	.331	.064	.402	5.205	.000
Promosi (X4)	.158	.038	.325	4.208	.000

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat

*Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024*

Dari hasil uji t dapat di intepretasikan bahwa:

- a. Hipotesis 1 ditolak : Tidak terdapat pengaruh signifikan produk terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar
- b. Hipotesis 2 diterima : Terdapat pengaruh signifikan harga terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar
- c. Hipotesis 3 diterima : Terdapat pengaruh signifikan harga terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar
- d. Hipotesis 4 diterima : Terdapat pengaruh signifikan harga terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar

**d. Uji Simultan (Uji 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 minat masyarakat menjadi nasabah pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar. Uji F dilakukan dengan membandingkan  $f_{hitung}$  dan  $f_{tabel}$ . Dari hasil analisis diperoleh hasil output pada tabel berikut:

**Tabel 4. 22 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	43.992	4	10.998	28.016	.000 <sup>b</sup>

Residual	36.508	93	.393		
Total	80.500	97			
a. Dependent Variable: Minat Masyarakat					
b. Predictors: (Constant), Promosi (X4), Lokasi (X2), Harga (X3), Produk (X1)					

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2024

Jika nilai Sig < 0,05 maka pengaruh dianggap signifikan dan model dianggap baik. Dari hasil uji F yang disajikan pada tabel 4.22 menunjukkan bahwa F hitung sebesar 28.016 dan nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan sebesar 0,05, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar

### C. 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 keempat variabel bebas tersebut ada yang bersifat positif artinya semakin tinggi variabel tersebut maka mengakibatkan semakin tinggi pula minat masyarakat menjadi nasabah yang dihasilkan dan ada yang bersifat negative yang artinya semakin turun variabel tersebut maka mengakibatkan semakin tinggi minat masyarakat menjadi nasabah. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Variabel Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar Secara Simultan

Berdasarkan hasil uji F, maka dapat diketahui bahwa nilai F hitung = 28.016 lebih besar dari pada F tabel = 2,195 dengan tingkat signifikansi 0,001, karena probabilitas signifikansinya jauh lebih kecil dari sig <0,05, dengan demikian hasil hipotesis H<sub>1</sub> diterima. Berarti hipotesis variabel produk, harga, lokasi dan promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar,” Kesimpulannya bahwa X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, berpengaruh terhadap Y. Berdasarkan uji koefisien determinasi minat masyarakat menjadi nasabah pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar dipengaruhi oleh produk, harga, lokasi dan promosi sebesar 52,7%.

Hal ini bermakna bahwa jika seluruh komponen strategi variabel produk, harga, lokasi dan promosi meningkat maka minat masyarakat menjadi nasabah pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar juga akan meningkat. Nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel menunjukkan bahwa seluruh komponen berkontribusi secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar. Dengan demikian, hipotesis variabel harga, lokasi dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah produk Takaful Al Khairat diterima.

2. Pengaruh Variabel Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar Secara Parsial

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis seluruh variabel, maka didapatkan hasil 3 variabel berpengaruh positif yaitu: harga, lokasi dan promosi sedangkan 1 variabel berpengaruh negatif yaitu: produk. Dan dari hasil hipotesis tersebut dapat diurutkan variabel yang paling berpengaruh positif – negatif, urutan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Produk

Variabel produk secara parsial dengan nilai t hitung sebesar 1.264 lebih kecil dari t tabel 2.199 dan dengan nilai signifikansinya 0,209 karena nilai probabilitas signifikansinya lebih besar dari sig  $<0,05$ , dengan demikian maka hipotesis variabel produk mempunyai pengaruh negative terhadap minat Masyarakat menjadi nasabah asuransi pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar

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 pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa produk tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Yessi Rossiana (2017), dengan hasil penelitian untuk variabel produk berpengaruh terhadap minat, serta sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Rahmania (2020), dengan kesimpulan penelitian bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi syariah.

### Harga

Variabel harga secara parsial dengan nilai t hitung sebesar 3.197 lebih besar dari t tabel 2.199 dan dengan nilai signifikansinya 0,02 karena nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari sig  $<0,05$ , dengan demikian maka hipotesis variabel harga mempunyai pengaruh positif terhadap minat Masyarakat menjadi nasabah asuransi pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar.

Harga mempunyai pengaruh positif artinya ketika nilai penawaran harga meningkat maka minat Masyarakat menjadi nasabah asuransi pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar juga akan meningkat. Sebaliknya ketika nilai penawaran harga menurun maka nilai variabel minat masyarakat 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. PTTakaful Keluarga Cabang Makassar juga memberikan kemudahan transaksi, itu juga mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah asuransi pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar.

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah asuransi pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar, artinya dengan banyaknya penawaran yang baik menjadikan permintaan akan harga semakin meningkat dan peningkatan tersebut diikuti oleh keputusan menjadi nasabah secara signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Winny Rahmawati (2015), dengan hasil penelitian untuk variabel harga berpengaruh terhadap minat, serta sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Rahmania (2020), dengan kesimpulan penelitian bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi syariah.

b. Lokasi

Variabel lokasi secara parsial dengan nilai t hitung sebesar 5.205 lebih besar dari t tabel 2.199 dan dengan nilai signifikansinya 0,00 karena nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari sig <0,05, dengan demikian maka hipotesis variabel lokasi mempunyai pengaruh positif terhadap minat Masyarakat menjadi nasabah asuransi pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar.

Hal ini bermakna, dengan lokasi yang mudah dijangkau (dalam arti tidak perlu datang langsung ke kantornya cukup via telepon) sudah bisabertransaksi untuk membeli produk, maka ini menjadi suatu penawaran yang sangat mudah bagi nasabah serta dengan adanya akses transaksi melalui ATM menambah pengaruh terhadap minat Masyarakat menjadi nasabah asuransi pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa lokasi/saluran distribusi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat Masyarakat menjadi nasabah asuransi pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar. artinya kenaikan tempat akan diikuti oleh minat Masyarakat menjadi nasabah secara signifikan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Phillip Kotler bahwa tempat menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan

oleh perusahaan untuk menjadikan produk jasa dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran. Aksesibilitas, kedekatan dengan pusat bisnis dan perumahan, fasilitas dan lingkungan, serta reputasi lokasi yang baik meningkatkan kenyamanan, kepuasan, dan kepercayaan peserta. Dengan memastikan lokasi yang strategis dan mudah diakses, perusahaan asuransi syariah dapat meningkatkan daya tarik dan retensi peserta asuransi syariah. Temuan ini selaras dengan penelitian Juswina et al. (2022) dan Aristyanto & Budisentoso (2022).

c. Promosi

Variabel promosi secara parsial dengan nilai  $t$  hitung sebesar 4.208 lebih besar dari  $t$  tabel 2.199 dan dengan nilai signifikansinya 0,00 karena nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari  $\text{sig} < 0,05$ , dengan demikian maka hipotesis variabel promosi mempunyai pengaruh positif terhadap minat Masyarakat menjadi nasabah asuransi pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar

Promosi berpengaruh positif artinya sejalan, ketika nilai variabel promosi meningkat maka nilai variabel minat menjadi nasabah akan meningkat juga. Sebaliknya jika nilai promosi menurun maka nilai variabel minat menjadi nasabah akan menurun.

Penelitian ini sejalan 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.