

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data

1. Profil Perusahaan PT. Asuransi Takaful Indonesia

PT. Asuransi Takaful Indonesia sebagai pelopor asuransi syaria'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. 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.

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. Sedangkan 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 profesioanal, adil, tulus dan amanah. (*Sumber: PT. Asuransi Takaful Keluarga Makassar*)

B. Hasil Penelitian

1. Identitas Responden

a. Distribusi Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan perolehan data penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuisioner memperoleh data umur responden yang dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4. 1

Umur Responden

No.	Umur	Jumlah Responden	Presentase
1.	21-30 Tahun	23	69,7 %
2.	31-40 Tahun	4	12,12 %
3.	41-50 Tahun	6	18,18 %
Total		33	100%

Sumber : Data primer yang diolah , 2025

Berdasarkan data pada tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa Sebagian besar responden memiliki tingkatan umur antara 21-30 Tahun sebanyak 23 orang, pada tingkat umur 31- 40 tahun sebanyak 4 orang responden, sedangkan pada tingkat umur 41-50 tahun sebanyak 6 orang.

b. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan perolehan data penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuisioner memperoleh data jenis kelamin responden yang dapat dilihat dari table beirkut:

Tabel 4. 2
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1	Laki-laki	19	57,58%
2	Perempuan	14	42,42%
	Total	33	100%

Sumber : Data primer yang diolah , 2025

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas menunjukan bahwa responden Sebagian besar memiliki jenis kelamin Laki-laki yaitu sebanyak 19 orang responden dan yang paling kecil yaitu jenis kelamin perempuan sebanyak 14 orang responden.

c. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan perolehan data penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuisioner memperoleh data berdasarkan pendidikan sebagai berikut:

Tabel 4. 3
Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Jenis Produk	Jumlah Responden	Presentase
1	SMA	12	36,36%
2	D3	1	3,03%
3	S1	20	60,61%
	Total	33	100%

Sumber : Data primer yang diolah , 2025

2. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 33 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 literasi asuransi syariah

Variabel literasi asuransi syariah pada penelitian ini diukur melalui 8 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap literasi asuransi syariah dapat dijelaskan pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4. 4

Tanggapan Responden Mengenai Literasi Syariah

NO.	PERNYATAAN	SKOR					JUMLAH
		SS	S	N	TS	STS	
1.	X _{1.1.1}	21	11	1	-	-	33
2.	X _{1.1.2}	18	14	1	-	-	33
3.	X _{1.2.1}	12	13	6	2	-	33
4.	X _{1.2.2}	14	18	1	-	-	33
5.	X _{1.3.1}	13	18	2	-	-	33
6.	X _{1.3.2}	18	14	1	-	-	33
7	X _{1.4.1}	14	17	2	-	-	33
8	X _{1.4.2}	18	14	1	-	-	33

Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS 2025

Tanggapan responden sebagaimana tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan-pernyataan mengenai literasi asuransi syariah. Hasil

tersebut menunjukkan indikator-indikator variabel literasi asuransi syariah sudah baik.

b. Deskripsi Variabel Strategi Promosi

Variabel Strategi Promosi pada penelitian ini diukur melalui 8 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap Strategi promosi dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4. 5

Tanggapan Responden Mengenai Strategi Promosi

NO.	PERNYATAAN	SKOR					JUMLAH
		SS	S	N	TS	STS	
1.	X _{2.1.1}	3	13	10	7	-	33
2.	X _{2.1.2}	6	12	13	2	-	33
3.	X _{2.2.1}	13	18	2	-	-	33
4.	X _{2.2.2}	12	16	4	1	-	33
5.	X _{2.3.1}	12	19	2	-	-	33
6.	X _{2.3.2}	14	17	2	-	-	33
7.	X _{2.4.1}	7	14	5	7	-	33
8.	X _{2.4.2}	11	17	4	1	-	33

Tanggapan responden sebagaimana tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju terhadap pernyataan-pernyataan mengenai Strategi Promosi. Hasil tersebut menunjukkan indikator-indikator variabel strategi promosi 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.	Y1.1	7	20	6	-	-	33
2.	Y1.2	13	17	3	-	-	33
3.	Y2.1	11	16	6	-	-	33
4.	Y2.2	12	19	2	-	-	33
5.	Y3.1	5	19	9	-	-	33
6.	Y3.2	13	19	1	-	-	33
7.	Y4.1	17	16	-	-	-	33
8.	Y4.2	20	12	1	-	-	33

Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS 2025

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 33 orang, dari tabel r diperoleh koefisien

korelasi tabel ($df = n - 2$) sebesar $r_{tabel} = 0.3440$. Dengan demikian jika suatu item pernyataan mempunyai nilai item-total correlation atau koefisien validitas atau $R_{hitung} > R_{tabel} = 0.3440$ maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid, sebaliknya jika suatu item pernyataan mempunyai nilai item-total correlation atau koefisien validitas atau $R_{hitung} < r_{tabel} = 0.3440$ 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
Literasi Asuransi Syariah (X₁)			
X _{1.1.1}	0,452	0,3440	Valid
X _{1.1.2}	0,734	0,3440	Valid
X _{1.2.1}	0,381	0,3440	Valid
X _{1.2.2}	0,716	0,3440	Valid
X _{1.3.1}	0,792	0,3440	Valid
X _{1.3.2}	0,768	0,3440	Valid
Strategi Promosi (X₂)			
X _{2.1.1}	0,496	0,3440	Valid
X _{2.1.2}	0,741	0,3440	Valid

X _{2.2.1}	0,456	0,3440	Valid
X _{2.2.2}	0,353	0,3440	Valid
X _{2.3.1}	0,602	0,3440	Valid
X _{2.3.2}	0,630	0,3440	Valid
X _{2.4.1}	0,591	0,3440	Valid
X _{2.4.2}	0,611	0,3440	Valid
Keputusan Pembelian (Y)			
Y _{1.1}	0,465	0,3440	Valid
Y _{1.2}	0,713	0,3440	Valid
Y _{2.1}	0,676	0,3440	Valid
Y _{2.2}	0,649	0,3440	Valid
Y _{3.1}	0,547	0,3440	Valid
Y _{3.2}	0,726	0,3440	Valid
Y _{4.1}	0,605	0,3440	Valid
Y _{4.2}	0,486	0,3440	Valid

Berdasarkan Tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa korelasi masing- masing indikator terhadap total skor konstruk dari setiap variable menunjukan hasil signifikan dengan menunjukan bahwa rhitung lebih besar dari rtabel. 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 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
Literasi Asuransi Syariah (X1)	0,802	0,60	8	Reliabel
Strategi Promosi (X2)	0,671	0,60	8	Reliabel
Keputusan (Y)	0,753	0,60	8	Reliabel

Berdasarkan tabel uji reliabilitas diatas dapat dilihat bahwa tabel 4.8 menunjukan variabel literasi asuransi syariah (X1) memiliki Cronbach-Alpha sebesar 0,802 dan variabel strategi promosi (X2) memiliki Cronbach- Alpha 0,671 pada variabel keputusan (Y) memiliki nilai Cronbach-Alpha sebesar 0,753. 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

Asymp. Sig (2-tailed)c	Unstandardized Residual
	.200

Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS 2025

Dari hasil Uji Normalitas yang disajikan pada tabel 4.9 diatas yaitu $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hasil semua data

berdistribusi secara normal. Jadi model regresi memenuhi asumsi normalitas.

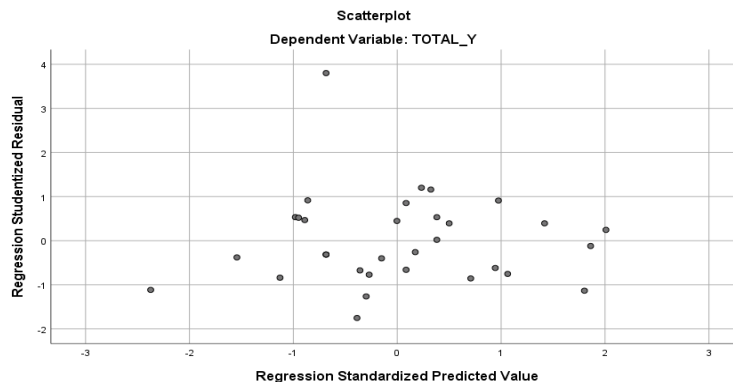
2) Uji Heteroskedastisitas

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 heteroskedastisitas dapat digunakan metode grafik *scatterplot* yang dihasilkan dari output program *SPSS* versi 26, 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
Literasi Asuransi Syariah	-255	0,800
Strategi promosi	-777	0,443

Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS 2024



Gambar 4. 1

Hasil Heteroskedastisitas Scatterplot

Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS 2025

Dari hasil Uji Heteroskedastisitas yang disajikan pada tabel 4.10 diatas berdasarkan uji glejser menunjukan bahwa nilai signifikan variabel literasi asuransi syariah (X1) adalah 0,800, variabel strategi promosi (X2) adalah 0,443. 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 yang berarti variabel literasi asuransi syariah dan variabel strategi promosi memiliki kesamaan 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.

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 Multikolineritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Literasi asuransi syariah	0,818	1,222
Strategi promosi	0,818	1,222

Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS 2025

Dari hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa nilai tolerance variabel literasi asuransi syariah (X1) dan variabel strategi promosi (X2) lebih besar dari 0,10, sedangkan nilai VIF variable literasi asuransi syariah (X1) dan variabel

strategi promosi (X2) lebih kecil dari 10 , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel bebas yang berarti dalam model regresi pengaruh literasi asuransi syariah dan startegi promosi terhadap pengambilan keputusan masyarakat tidak terjadi gejala multikolinearitas atau dapat disimpulkan bahwa variabel literasi asuransi syariah dan strategi promosi tidak memiliki korelasi (hubungan kuat).

c. Uji Hipotesis Asosiatif

1) Uji Parsial (T)

Uji t untuk menguji kebenaran koefisien regresi parsial. Pengujian melalui uji t adalah dengan membandingkan Thitung dengan Ttabel pada taraf nyata $\alpha = 0,1$. Uji t berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan thitung lebih besar dari ttabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) atau probabilitas kesalahan lebih kecil dari 10% ($signifikan < 0,05$). Adapun hasil uji parsial pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. 12

Hasil Uji Parsial

Variabel	T	Sig
<i>Literasi asuransi syariah</i>	3,743	0,001
<i>Strategi promosi</i>	2,857	0,008

Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS 2025

Uji hipotesis variabel literasi asuransi syariah (X1) terhadap

keputusan masyarakat kota banjarmasin dalam memilih produk asuransi syariah (Y). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dengan nilai t_{Hitung} sebesar 3.743 lebih besar apabila dibandingkan dari t_{tabel} sebesar 2.03452 (nilai t_{tabel} $df=n-k$, untuk $n=33$ $k=8$ dan signifikansi 0,05) dengan hasil signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Variabel literasi asuransi syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat kota banjarmasin dalam memilih produk asuransi syariah.

Uji hipotesis variabel strategi promosi (X2) terhadap keputusan masyarakat kota banjarmasin dalam memilih produk asuransi syariah (Y). berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dengan nilai t_{Hitung} sebesar 2,857 lebih besar dari T_{tabel} sebesar 2.03452 (nilai T_{tabel} $df=n-k$ untuk $n=33$ $k=8$ dan signifikansi 0,05) dengan hasil signifikan sebesar 0,008 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Variabel strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat kota banjarmasin dalam memilih produk asuransi syariah.

2) Uji Simultan (F)

Uji F ini merupakan uji secara simultan untuk mengetahui apakah variabel literasi asuransi syariah dan strategi promosi 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	19,115	000

Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS 2025

Dari hasil uji F yang disajikan pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa F hitung sebesar 19,115 lebih besar dari Ftabel sebesar 2,30 (nilai Ftabel $df = n - k - 1$, $n = 33$ $k = 7$) dan nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan sebesar 0,05, artinya terdapat pengaruh literasi asuransi syariah dan strategi promosi terhadap keputusan masyarakat kota Banjarmasin dalam memilih produk asuransi syariah.

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	0,749	.531

Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS 2025

Dari hasil Uji Koefisien Determinasi pada tabel 4.14 diatas menunjukan bahwa hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai (Adjusted R Squar) yang diperoleh sebesar 0,531 atau 53,1% keputusan masyarakat kota banjarmasin dalam memilih produk asuransi syariah dipengaruhi oleh literasi asuransi syariah dan strategi promosi sisanya 46,9% dipengaruhi oleh variabel lain seperti faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi.

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 : Literasi asuransi syariah(X1) dan strategi promosi (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)	7,550	4,316
	X1	.457	.122
	X2	.326	.114

Sumber : Hasil Penelitian Data SPSS 2025

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 :

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

$$Y = 7,550 + 0,457 + 0,326 + e$$

Keterangan :

X1 : Literasi Asuransi Syariah

X2 : Strategi promosi

Y : Keputusan Pembelian

Persamaan regresi linear berganda dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta 7,550 dapat diartikan apabila semua variabel bebas dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan. Maka, keputusan pembelian produk asuransi syariah sebesar 7,550 nilai konstanta bernilai positif, berarti jika variabel bebas naik atau berpengaruh

dalam satuan maka variabel terikat juga akan naik.

- 2) Nilai koefisien regresi variabel literasi asuransi syariah sebesar 0,457 ini berarti bahwa variabel literasi asuransi syariah (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan kata lain setiap terjadi peningkatan variabel literasi asuransi syariah (X1) sebesar satu-satuan maka literasi asuransi syariah berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk asuransi syariah akan naik sebesar 0,457 dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel strategi promosi (X2) sebesar 0,326 ini berarti bahwa variabel strategi promosi (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan kata lain setiap terjadi peningkatan variabel strategi promosi (X2) sebesar satu-satuan maka strategi promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk asuransi syariah akan naik sebesar 0,326 dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.

C. Pembahasan

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 literasi asuransi syariah dan strategi promosi 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 Literasi Asuransi Syariah Terhadap Keputusan Masyarakat Kota Banjarmasin Dalam Memilih Produk Asuransi Syariah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada variabel literasi asuransi syariah terhadap keputusan memilih produk asuransi syariah menggunakan uji t, diperoleh hasil bahwa variabel literasi asuransi syariah (X_1) memiliki nilai t-hitung lebih besar dibandingkan t-tabel ($3,743 > 2.03452$) dengan nilai signifikansi 0,001 ($\text{Sig} = 0,001 < 0,05$). Maka berarti bahwa hipotesis dalam penelitian menolak H_0 dan menerian H_a . Dengan demikian berarti bahwa hipotesis “literasi asuransi syariah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih produk asuransi syariah.”

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khoerul Alfian (2023), Yulia Asmi Azizah (2023) dan Rama Muhammad Pramudya dan Mira Rahmi (2022). Ketiga penelitian tersebut mengungkapkan bahwa Literasi asuransi syariah berpengaruh secara parsial terhadap keputusan memilih produk asuransi syariah.

Idealnya, semakin tinggi literasi asuransi syariah seseorang maka tinggi juga peluang orang tersebut untuk memilih produk asuransi syariah. Sebaliknya, apabila literasi asuransi syariah seseorang semakin rendah maka peluang orang tersebut untuk memilih produk asuransi syariah akan semakin rendah pula.

2. Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Kota Banjarmasin Dalam Memilih Produk Asuransi Syariah

Hasil pengujian strategi promosi terhadap keputusan memilih produk asuransi syariah menggunakan uji t, diperoleh hasil bahwa variabel strategi promosi (X2) memiliki nilai t-hitung lebih besar dibandingkan t-tabel ($2,857 > 2.03452$) dengan nilai signifikansi 0,008 ($\text{Sig} = 0,008 < 0,05$). maka hipotesis dalam penelitian ini menerima H_a dan menolak H_0 . Dengan demikian berarti hipotesis “strategi promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih produk asuransi syariah.”

Secara teoritis, hal ini sesuai bahwa keputusan seseorang untuk menjadi konsumen dipengaruhi oleh strategi promosi. Oleh sebab itu, semakin baik strategi promosi seseorang maka semakin tinggi juga peluang orang tersebut untuk memilih produk asuransi syariah.

3. Pengaruh Literasi Asuransi Syariah Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Kota Banjarmasin Dalam Memilih Produk Asuransi Syariah

Berdasarkan hasil uji statistik F yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa variabel literasi asuransi syariah (X1) dan strategi promosi (X2) memiliki nilai F- hitung lebih besar dibandingkan F-tabel ($19,115 > 2.30$), dengan nilai signifikansi 0,000 ($\text{Sig} = 0,000 < 0,05$) maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan memilih produk asuransi syariah masyarakat Banjarmasin, dengan demikian berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi asuransi syariah dan strategi promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan keputusan masyarakat kota banjarmasin dalam memilih produk asuransi syariah. Mengacu pada teori bahwa

literasi asuransi syariah dan strategi promosi 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 sangat setuju dan setuju terhadap pertanyaan, pertanyaan mengenai literasi asuransi syariah. Pada tabel 4.5 dapat dibuktikan berdasarkan tanggapan responden bahwa sebagian besar memberikan tanggapan setuju terhadap pertanyaan, pertanyaan mengenai strategi promosi. Dan pada tabel 4.6 dapat dibuktikan berdasarkan tanggapan responden bahwa sebagian besar memberikan tanggapan setuju terhadap pertanyaan, pertanyaan mengenai keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khoerul Alfian (2023), Yulia Asmi Azizah (2023) dan Rama Muhammad Pramudya dan Mira Rahmi (2022). Ketiga penelitian tersebut mengungkapkan bahwa Literasi asuransi syariah berpengaruh secara parsial terhadap keputusan memilih produk asuransi syariah.