

YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS AGAMA ISLAM

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN
KEPUTUSAN NASABAH BERGABUNG PADA PT. JAMINAN
PEMBIAYAAN ASKRINDO SYARIAH
PEKANBARU**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Sebagian dari Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Islam Riau*



Oleh :

BUDI SANTOSO

NPM : 142310114

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PEKANBARU

2020



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS AGAMA ISLAM

الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

BERITA ACARA UJIAN MEJA HIJAU / SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau Pekanbaru tanggal 09 Juni 2020 Nomor : 47/Kpts/Dekan/FAI/2020, maka pada hari ini Kamis Tanggal 11 Juni 2020 telah dilaksanakan Ujian Meja Hijau/Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau :

1. Nama : Budi Santoso
2. NPM : 142310114
3. Program Studi : Ekonomi Syariah (S.1)
4. Judul Skripsi : Faktor-faktor Yang mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Bergabung Pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru
5. Waktu Ujian : 08.00 – 09.00 WIB
6. Lulus Yudicium / Nilai : 76,25 (B+)
7. Keterangan lain : Ujian berjalan dengan lancar dan aman

PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. Zulkifli, MM, ME, Sy

Sekretaris

Boy. S. Bakhri, SE, M.Sc, Ak

Dosen Penguji :

1. Dr. Zulkifli, MM, ME, Sy : Ketua
2. Boy. S. Bakhri, SE, M.Sc, Ak : Sekretaris
3. Muhammad Arif, SE, MM : Anggota
4. Zulfadli Hamzah, B.IFB, M.IFB : Anggota

Dekan,
Fakultas Agama Islam UIR,

Dr. Zulkifli, M.M., M.E. Sy
NIDN : 1025066901

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini dimunaqasahkan dalam sidang ujian Sarjana (S1) Fakultas Agama Islam Universitas

Islam Riau :

Nama : Budi Santoso

NPM : 142310114

Hari/ Tanggal : Kamis, 11 Juni 2020

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Bergabung
Pada PT. Jaminan Pembiayaan Akrindo Syariah Pekanbaru

Skripsi ini dapat diterima oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau sebagai salah satu memperoleh gelar sarjana (S1).

PANITIA UJIAN SKRIPSI

TIM PENGUJI

KETUA

Dr. Zulkifli, MM, ME. Sy

NIDN : 1025066901

PENGUJI I

Muhammad Arief, SE, MM

NIDN : 1028048801

SEKRETARIS

Boy Syamsul Bakhri, SE, M. Sc. A

NIDN : 101297002

PENGUJI II

Zulfadli Hamzah, B. IFB, M. IFB

NIDN : 1024028802

Diketahui Oleh
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Islam Riau

Dr. Zulkifli, MM, ME. Sy

NIDN : 1025066901



YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM

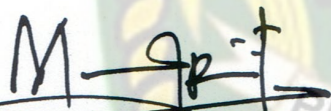
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Budi Santoso
NPM : 142310114
Pembimbing I : Muhammad Arif, SE, MM
Pembimbing II : Zulfadli Hamzah, B. IFB, M. IFB
Judul Skripsi : Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah
Bergabung Pada PT. Jaminan Pembiayaan Akrindo Syariah Pekanbaru

Disetujui

Pembimbing I

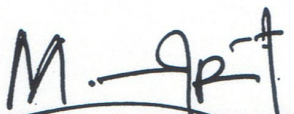
Pembimbing II


Muhammad Arif, SE, MM
NIDN : 1028048801


Zulfadli Hamzah, B. IFB, M. IFB
NIDN : 1024028802

Turut Menyetujui

Ketua Prodi
Ekonomi Syariah


Muhammad Arif, SE, MM
NIDN : 1028048801

Dekan
Fakultas Agama Islam

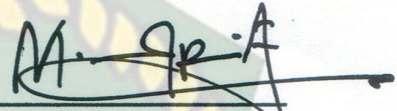
Dr. Zulkini, MM, ME. Sy
NIDN : 1025066901

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Skripsi ini diterima dan disetujui untuk dimunaqasahkan oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1).

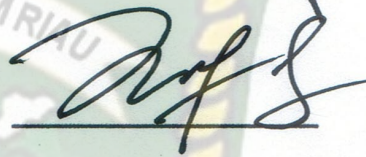
Muhammad Arif SE, MM

Sponsor



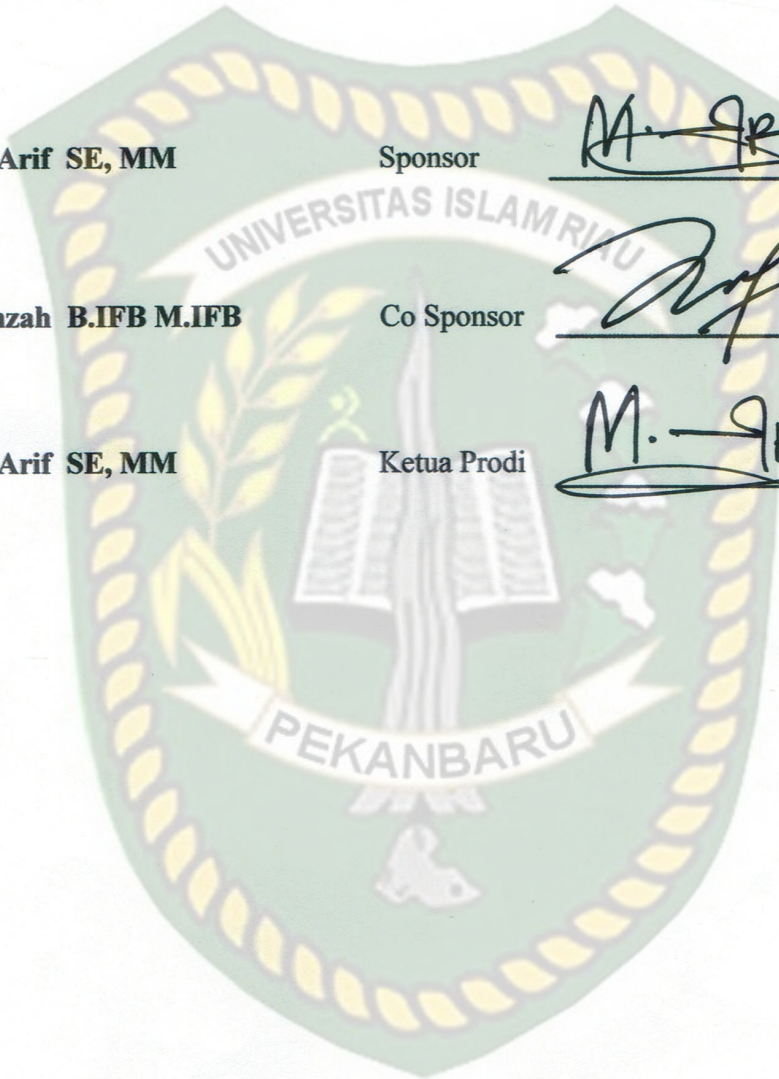
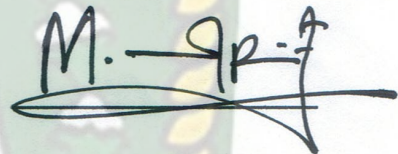
Zulfadli Hamzah B.IFB M.IFB

Co Sponsor



Muhammad Arif SE, MM

Ketua Prodi



**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah dilaksanakan bimbingan skripsi terhadap :

Nama : Budi Santoso
NPM : 142310114
Pembimbing I : Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy
Pembimbing II : Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc.Ak
Judul Skripsi : Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Bergabung Pada PT. Jaminan Pembiayaan Akrindo Syariah Pekanbaru

Dengan rincian sebagai berikut :

No	Tanggal	Pembimbing I	Berita Bimbingan	Paraf
1	20-04-2020	Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy	Penambahan teori	K
2	25-04-2020	Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy	Perbaikan latar belakang	T
3	02-05-2020	Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy	Perbaikan penulisan Bab I	T
4	07-05-2020	Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy	Perbaikan terjemahan ayat	T
5	15-05-2020	Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy	Perbaikan teori	T
6	23-05-2020	Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy	Perbaikan hasil wawancara	T
7	30-05-2020	Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy	Perbaikan tulisan Bab V	T
8	10-06-2020	Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy	ACC untuk dimunaqasahkan	T

Pekanbaru, 13 Juli 2020

Diketahui oleh
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Islam Riau



Dr. Zulkifli, MM, ME. Sy
NIDN. 1025066901

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah dilaksanakan bimbingan skripsi terhadap :

Nama : Budi Santoso









NPM : 142310114

Pembimbing I : Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy

Pembimbing II : Boy Syamsul Bakhri, SE,M.Sc.Ak

Judul Skripsi : Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Bergabung Pada PT. Jaminan Pembiayaan Akrindo Syariah Pekanbaru

Dengan rincian sebagai berikut :

No	Tanggal	Pembimbing II	Berita Bimbingan	Paraf
1	30-02-2020	Boy Syamsul Bakhri, SE,M.Sc.Ak	Perbaiki daftar isi	
2	07-03-2020	Boy Syamsul Bakhri, SE,M.Sc.Ak	Penambahan teori bab 1 & II	
3	15-03-2020	Boy Syamsul Bakhri, SE,M.Sc.Ak	Perbaiki penulisan Bab III	
4	29-03-2020	Boy Syamsul Bakhri, SE,M.Sc.Ak	Perbaiki terjemahan ayat	
5	01-04-2020	Boy Syamsul Bakhri, SE,M.Sc.Ak	Perbaiki Tulisan bab IV	
6	10-04-2020	Boy Syamsul Bakhri, SE,M.Sc.Ak	Perbaiki hasil wawancara	
7	15-04-2020	Boy Syamsul Bakhri, SE,M.Sc.Ak	Perbaiki tulisan Bab V	
8	18-04-2020	Boy Syamsul Bakhri, SE,M.Sc.Ak	ACC untuk dilanjutkan ke pembimbing I	

Pekanbaru, 13 Juli 2020

Diketahui oleh

Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Islam Riau



Dr. Zulkifli, MM, ME. Sy

NIDN : 1025066901

SURAT KETERANGAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Budi Santoso

Judul Skripsi : faktor faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru

NPM : 142310114

Program Studi : Ekonomi Syariah

Jenjang Pendidikan : Sarjana (S1)

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar dari hasil karya saya sendiri, dan dapat dipertanggung jawabkan apabila kemudian hari ternyata skripsi yang saya buat adalah plagiat dari orang, dan saya bersedia ijazah saya di cabut oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau (UIR)

Demikian surat pernyataan saya buat dengan sebenarnya.

Pekanbaru, 13, Juli, 2020



Budi Santoso

142310114



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

Jl. Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan 28284; Pekanbaru, Riau, Indonesia

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

No. 58/A-EKIS/FAI-UIR/VI/2020

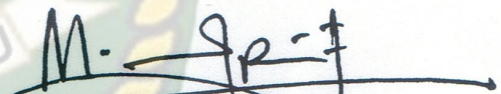
Ketua Program Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama	BUDI SANTOSO
NPM	142310114
Program Studi	Ekonomi Syariah

Judul Skripsi: **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH BERGABUNG PADA PT. JAMINAN ASKRINDO SYARIAH PEKANBARU.**

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi kurang dari 30% pada setiap sub bab naskah skripsi yang disusun. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk ujian skripsi dan pengurusan surat keterangan bebas pustaka.

Pekanbaru, 8 Juni 2020
Ketua Prodi Ekonomi Syariah,


Muhammad Arif, S.E., M.M.
NIDN. 1028048801

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH BERGABUNG PADA PT. JAMINAN PEMBIAYAAN ASKRINDO SYARIAH PEKANABARU

BUDI SANTOSO
NPM : 142310114

Penelitian ini di latar belakang oleh perkembangan usaha jasa asuransi sebagai perpanjangan tangan pemerintah dalam meningkatkan kebutuhan perlindungan di tengah masyarakat salah satunya adalah jasa asuransi. Jenis penelitian ini penelitian kausalitas. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru tahun 2019 sebanyak 1454 orang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan simple random sampling, sedangkan teknik pengumpulan data yang di gunakan adalah angket dan dokumentasi. Untuk menganalisa data kualitatif dan kuantitatif di gunakan analisis linier regresi berrganda di mana proses perhitungannya menggunakan SPSS For windows 23.0 hasil penelitian menunjukkan bahwa factor yang mempengaruhi minat nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru adalah factor kebudayaan 3.131, factor social 3.362, dan factor bauran pemasaran 6.075 dan ketiga variabel bebas tersebut yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dapat dilihat dari nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($59.061 > 2.31$) dari keenam variabel bebas, factor yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru adalah factor bauran pemasaran (X_6) yang dapat dilihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ $6.075 > 1.662$ tingkat signifikan sebesar 0.05 dimana nilai (Sig) sebesar $0.000 < 0.05$ secara umum dapat disimpulkan bahwa factor kebudayaan, factor social, dan factor bauran pemasaran telah memberri pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah pada PT. jaminan pembiayaan askrindo syariah Pekanbaru.

Kata Kunci : Pengambilan Keputusan, Nasabah, Asuransi Syariah

ABSTRACT

FACTORS INFLUENCING CUSTOMERS' DECISION TO PURCHASE FINANCING INSURANCE OF SHARIA ASKRINDO.Ltd IN PEKANBARU

BUDI SANTOSO

NPM: 142310114

This study is motivated by the development of insurance service business as an extension of the government's efforts in increasing community protection, one of them is through insurance services. The type of this study is causality research. Data sources used in this study are primary and secondary data. The population of this study are all customers who purchased financing insurance of Sharia Askrindo.Ltd in Pekanbaru in 2019 totaling 1.454 people. The sampling technique used in this study is simple random sampling, while the data collection techniques used are questionnaires and documentation. To analyze qualitative and quantitative data, multiple linear regression analysis is used and performed by using SPSS 23. The results of the study show that the factors that influence customers' decision to purchase financing insurance of Sharia Askrindo.Ltd in Pekanbaru city are cultural factor (3.131), social factor (3.362), and marketing mix factor (6,075). These three independent variables have a significant influence on customers' decision, it can be seen from the value of f_{count} greater than f_{table} ($59,061 > 2.31$) of the six independent variables, and the most dominant factor that influence customers' decision to purchase financing insurance of Sharia Askrindo.Ltd in Pekanbaru city is the marketing mix factor (X6) which can be seen from $t_{count} > t_{table}$ ($6,075 > 1,662$) and the significant level is 0.05. Because the value (Sig) of 0,000 is less than 0.05 ($0,000 < 0,05$), so it can be concluded that the cultural factor, the social factor, and the marketing mix factor have a significant influence on customers' decision to purchase financing insurance of Sharia Askrindo, Ltd in Pekanbaru city.

Keywords: Decision Making, Customers, Sharia Insurance

ملخص

دوافع تؤثر في صناعة القرار لدى الزبون المشارك في شركة ضمان التمويل أسكارندو
الشرعية ببيكانبارو
بودي ساسنتوسو
رقم القيد: 142310114

ينطلق هذا البحث من خلفية تنمية شركة التأمين التي تمثل الحكومة في تعزيز الضمان في المجتمع. ويكون البحث بحثا كيفيا و تنطلق منه أيضا البيانات ضرورية وثانوية . وفرد البحث هم جميع الزبائن للشركة في عام 2019 وعددهم 1454. وطريقة تعيين العينة عشوائية، وطريقة جمع البيانات عبر الاستبيان والوثائق. وأما طريقة التحليل فقد استخدم الباحث طريقة التحليل الخطي المتعدد وتم فيها استخدام البرنامج الحاسوبي *SPSS For windows 23.0* . وأشارت النتيجة إلى أن الدوافع التي تؤثر على رغبة الانضمام إلى الشركة لدى الزبائن منها الدافع الثقافي 3.131 والدافع الاجتماعي 3.362 والدافع التسويقي 6.075 والمتغيرات الثلاثة هذه تؤثر على رغبة الزبائن تأثيرا بالغا ويمكن تقديم f الحسابية أكبر من f في الجدوال (59.061 أكبر من 2.31) . وأقوى الدوافع من هذه المتغيرات الستة الحرة في تأثير الزبائن للانضمام إلى الشركة الدافع التسويقي الذي يمكن تقديره من t الحسابي أكبر من t في الجدوال 6.075 أكبر من 1.662 ومستوى التأثير في 0.05 حيث أن التقدير (Sig) في 0.000 أكبر من 0.005. وفي الغالب يمكن القول بأن الدافع الثقافي والاجتماعي والتسويقي يؤثر على قرار الزبائن في شركة ضمان التمويل أسكاريندو الشرعية تأثيرا بالغا.

الكلمات الرئيسية : أخذ القرار، الزبون، التأمين الشرعي

Lembar persembahan

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Saya selalu bersyukur kepada Allah SWT yang selalu memberikan rahmat, maghfiroh, kesehatan, serta kemudahan dalam segala aktifitas kepada saya khusus untuk menyelesaikan skripsi ini sehingga saya bisa meraih gelar sarjana ekonomi syariah .Sholawat dan salam selalu hadiahkan kepada junjungan nabi Muhammad SAW, semoga kita selalu mendapatkan syafaat beliau di dunia dan akhirat, amin.

Terima kasih kepada kedua orang tua tercinta, Ibu Sulikah dan bapak Wagiman yang telah banyak memberikan kasih sayang, doa, dan semangat kepada kami, terkhusus dalam menyelesaikan skripsi ini, dan terima kasih kepada M. Mujib Budakwah, Masrifah S.Kom, Siti Barokah S.Pd, M.Pd, Nawawi ST. Sudarmono SE, Dan As Munip. atas semangat dan motivasi sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih kepada Dosen pembimbing bapak Dr, Zulkifli, MM,ME.SY dan bapak Boy Syamsul Bahkri, SE. MSc, Ak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini dan terima kasih kepada bapak Muhammad Arif, SE,MM selaku ketua prodi ekonomi syariah yang telah memberi arahan menyelesaikan skripsi ini, dan terima kasih kepada seluruh dosen program ekonomi syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.

Terima kasih kepada teman teman Muhammad Yusuf, SE, ME, Ali Mujini SE, Masrayanti SE, Lisa Septiani, SE Dan teman teman yang tidak bisa sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan memberikan semangat hingga sampai sejauh ini.

Walaikumsalam Warahmatullahi Wabarakatu

Budi Santoso



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E) pada Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi besar Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan selaku umat islam semoga kita mampu menjalankan setiap sunah Rasul termasuk sunah dalam bidang pengembangan ekonomi umat berdasarkan syariah islam sebagaimana yang telah dicontohkan beserta para sahabat.

Alasan peneliti mengangkat judul ini adalah karena ingin mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah memilih bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru. Kemudian pandangan masyarakat kota Pekanbaru masih kurang bahwasannya penting adanya asuransi untuk menjamin perlindungan keuangan, adapun salah satu cara yang dapat digunakan untuk membantu masyarakat dalam menyediakan jaminan keuangan adalah asuransi. Karena itu masyarakat harus menyadari pentingnya asuransi sebagai sarana perlindungan keuangan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tentu masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan. Dengan fenomena di atas penulis tertarik untuk mengambil judul : **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi pengambilan keputusan Nasabah Bergabung Pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru.”**. Dalam penulisan ini, penulis banyak mendapatkan

bantuan, bimbingan, dorongan motivasi dan semangat dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, baik secara moril maupun materil.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tiada hingganya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Riau, Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH. MCL
2. Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau, Bapak Dr. Zulkifli, MM,.ME.Sy
3. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Bapak Muhammad Arif, SE.MM
4. Dosen Pembimbing Bapak Dr. Zulkifli, MM,. ME.Sy, dan Bapak Boy Syamsul Bakhri, SE,. M.Sc,. Ak, yang penuh kesabaran memberikan arahan, bimbingan, saran, dan nasehat kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen serta Karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

Semoga dengan bantuan dan kebaikan yang telah diberikan, dapat diberi pahala oleh Allah SWT, dan penulis menyadari penulisan skripsi ini banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis berharap kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan tugas selanjutnya. Atas bantuan dan bimbingan, penulis ucapkan terima kasih.

Pekanbaru, April 2020

Penulis

Budi Santoso

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	8
1. Faktor pelayanan prima	9
2. Faktor kebudayaan.....	11
3. Faktor sosial	12
4. Faktor pribadi	12
5. Faktor psikologi	14
6. Faktor bauran pemasaran	15
B. Pengambilan Keputusan	16
1. Pengertian pengambilan keputusan	16
2. Dasar-dasar pengambilan keputusan	17
C. Asuransi Syariah.....	20
1. Pengertian Asuransi	20
2. Undang Undang Asuransi	21
3. Pengertian Asuransi Islam.....	22
4. Falsafah Dasar Asuransi Syariah.....	24

5. Sejarah Asuransi syariah	26
6. Landasan Hukum Asuransi Syariah	27
7. Fatwa Fatwa MUI Tentang Asuransi Syariah	30
8. Tata Cara Dan Operasional Asuransi Syariah.....	31
9. Manfaat Asuransi Syariah	31
10. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	32
D. Tinjauan Penelitian Relevan.....	35
E. Hubungan antar variabel	38
1. Pengaruh Faktor Pelayanan Prima Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah	38
2. Pengaruh Faktor Kebudayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah	39
3. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah	39
4. Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah	39
5. Pengaruh Faktor Psikologi Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah	40
6. Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah	40
F. Konsep Operasional	40
G. Kerangka Konseptual	42
H. Hipotesis	43

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	45
B. Tempat dan Waktu Penelitian	45
C. Populasi dan Sampel	46
1. Populasi	46
2. Sampel	46
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	48
1. Sumber Data	48
2. Teknik Pengumpulan Data	48

E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	49
1. Teknik Pengolahan Data.....	49
2. Teknik Analisis Data.	50
F. Uji Instrument	50
1. Uji Validitas	51
2. Uji Realibilitas	51
G. Uji Asumsi Klasik Model Regresi	52
1. Uji Normalitas	52
2. Multikolinieritas	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
A. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian	57
B. Visi dan Misi PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah	58
C. Produk PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah	59
D. Deskripsi Data.....	60
E. Analisa Data	70
F. Pembahasan Hasil Temuan	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	88
B. Saran	89
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Data Nasabah Bergabung Pada PT.Jaminan pembiayaan askrindo	4
Tabel 2 : Variabel Operasional	34
Tabel 3 : Jadwal Kegiatan Penelitian	29
Tabel 4 : alternatif pilihan jawaban	46
Tabel 5 : jenis kelamin nasabah Askrindo syariah.....	55
Tabel 6 : umur responden nasabah Askrindo syariah	56
Tabel 7 : pendidikan responden nasabah Askrindo syariah	56
Tabel 8 : pekerjaan responden nasabah Askrindo syariah	57
Tabel 9 : penghasilan responden nasabah Askrindo syariah.....	58
Tabel 10 : Rekapitulasi Data Angket Variabel Pelayanan Prima	58
Tabel 11: Rekapitulasi Data Angket Variabel kebudayaan	59
Tabel 12: Rekapitulasi Data Angket Variabel social	59
Tabel 13: Rekapitulasi Data Angket Variabel pribadi	61
Tabel 14: Rekapitulasi Data Angket Variabel psikologi	62
Tabel 15: Rekapitulasi Data Angket Variabel bauran pemasaran	63
Tabel 16: Rekapitulasi Data Angket Variabel pengambilan keputusa (Y).	64

Tabel 17: Hasil Uji Validitas	66
Tabel 18: Hasil Uji Reabilitas	68
Tabel 19: Uji Normalitas	70
Tabel 20: Uji Multikolinieritas	71
Tabel 21: Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 22: Analisis Resresi Berganda	73
Tabel 23: Perhitungan Uji t	75
Tabel 24: Perhitungan Uji f	78
Tabel 25: Analisis Korelasi	79

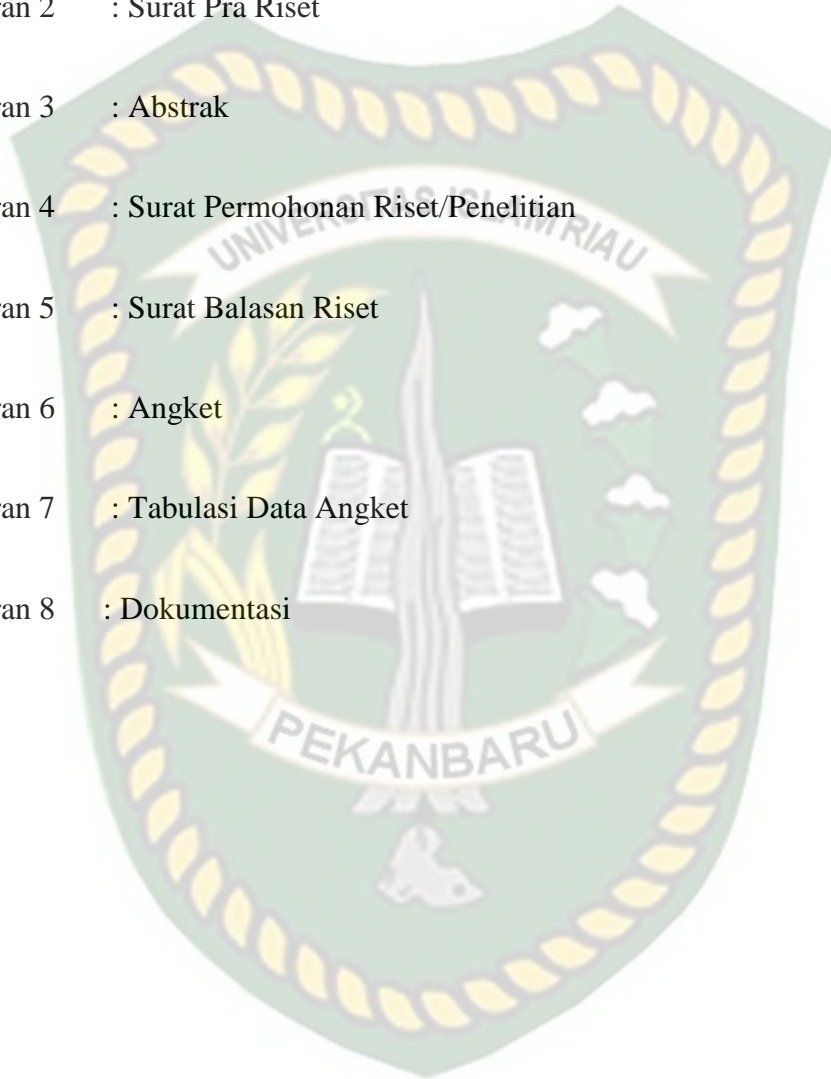
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Proses Pembelian Keputusan Nasabah.....	17
Gambar 2 : Proses Pembelian Keputusan Konsumen	35
Gambar 3 : Kerangka Konseptual	37



DAFTAR LAMPIRAN

- lampiran 1 : Surat Keputusan Dosen Pembimbing
- lampiran 2 : Surat Pra Riset
- lampiran 3 : Abstrak
- lampiran 4 : Surat Permohonan Riset/Penelitian
- lampiran 5 : Surat Balasan Riset
- lampiran 6 : Angket
- lampiran 7 : Tabulasi Data Angket
- lampiran 8 : Dokumentasi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan asuransi di Indonesia mengalami kemajuan sangat pesat belakangan ini, bahkan asuransi jiwa pada saat ini berada di pertarungan kompetitif. Semakin banyak perusahaan asuransi yang bermunculan baik dalam maupun luar negeri. Semakin variatifnya produk-produk yang ditawarkan menuntut perusahaan asuransi berbenah secara serius agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. (Rismani, 2016:1)

Asuransi syariah banyak diperbincangkan di kalangan masyarakat terutama dalam perekonomian syariah tidak asing lagi bagi masyarakat muslim. Karena asuransi syariah bukan lembaga keuangan syariah yang baru dalam perekonomian syariah. Apalagi bagi masyarakat untuk melaksanakan pembiayaan dan pendanaan atas dasar hukum asuransi berdasarkan prinsip-prinsip syariah sesuai dengan nilai-nilai hukum Islam.

Asuransi syariah merupakan salah satu bisnis yang tidak terlepas dari persaingan. Persaingan ketat yang dihadapi oleh masing-masing lembaga memaksa pihak manajemen untuk merancang strategi agar nasabah tetap loyal. Karena itu pada asuransi syariah diperlukan adanya kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas para pemegang polis.

Kegiatan perusahaan asuransi, diarahkan untuk memproteksi keadaan di masa datang yang belum pasti terjadi atas resiko yang berkaitan dengan nilai

aktifitas ekonomi seseorang. Apabila masa yang akan datang adalah masa yang penuh dengan ketidakpastian (*uncertainty*). Dalam hal ini manusia hanya dapat merencanakan dan memprediksi kejadian masa yang akan datang, sedang kepastian (*certainty*) hanya pada Allah SWT.

Kesadaran masyarakat tentang asuransi syariah dalam kehidupannya, sudah mulai meningkat, dibandingkan pada masa 10 tahun yang lalu. Bahkan, dewasa ini pertumbuhan asuransi syariah sangat tinggi karena banyak orang sadar akan pentingnya mempunyai asuransi. Asuransi syariah juga banyak mempunyai keunggulan dibandingkan asuransi non-syariah. Bagi masyarakat muslim, menghindari hal-hal yang sifat riba itu wajib sehingga mendorong pertumbuhan berbagai macam produk keuangan syariah termasuk asuransi syariah.

Tingkat kesadaran akan resiko dan kebutuhan berasuransi merupakan ukuran dari kesadaran berasuransi masyarakat. Kesadaran berasuransi dapat mencerminkan seberapa jauh masyarakat melihat asuransi sebagai suatu kebutuhan akan mekanisme pengalihan resiko dan seberapa jauh pelaku bisnis asuransi telah menjangkau mereka. Kesadaran berasuransi dipengaruhi oleh upaya pelaku usaha perasuransian membangun daya saing industri asuransi sehingga menjadi menarik bagi masyarakat luas dan peran pemerintah dalam menciptakan iklim investasi yang menarik dan membuat ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatur prosedur dan perilaku dalam bisnis asuransi yang sehat.

Usaha perasuransian komersial bertujuan untuk mengejar keuntungan dan merupakan arena unjuk prestasi para pelakunya. Perjanjian yang menjadi dasar pemberian jaminan bagi tertanggung pada umumnya tidak terlepas dari unsur persaingan kepentingan. Hukum asuransi dapat berperan mencegah, membatasi dan menyelesaikan pertentangan kepentingan yang mungkin timbul. Dari segi persaingan bisnis, persaingan global yang tidak dapat dihindari menuntut Indonesia untuk mempelajari kekurangan-kekurangan yang ada dan melakukan pembaharuan terhadap berbagai ketentuan peraturan ketentuan perundangan yang tidak sesuai lagi dengan praktik bisnis yang berlaku, terutama dalam kaitannya dengan paham negara kesejahteraan yang diamanatkan oleh Undang-Undang Dasar: 1945.

Asuransi merupakan salah satu cara yang dapat digunakan masyarakat untuk membantu mereka dalam penyediaan jaminan keuangan. Sebagian orang menyadari pentingnya memiliki jaminan keuangan sehingga membeli asuransi.

Asuransi syariah hadir di tengah masyarakat ditujukan sebagai salah satu solusi kongkrit menyelesaikan permasalahan seluruh kalangan. Asuransi syariah terbuka bagi siapapun yang ingin merencanakan persiapan di masa depan apabila sewaktu-waktu mengalami musibah atau kerugian. Disini asuransi syariah dapat membantu kesulitan nasabah tersebut karena asuransi syariah berperinsip tolong menolong.

Diantara perusahaan asuransi syariah, PT. Jaminan Pembiayaan Askrido Syariah merupakan perusahaan yang memiliki produk yang terbagi dalam tiga hal besar yakni produk kafalah pembiayaan, produk kafalah

transaksi perdagangan dan produk kafalah bank garansi. PT. jaminan pembiayaan askrindo syariah Pekanbaru berusaha memberikan pelayanan terbaik bagi para nasabah, berdasarkan hasil pra survey dapat dilihat perkembangan jumlah nasabah dari tahun 2017-2019 pada tabel berikut :

Tabel 1: Jumlah Nasabah PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru

NO	TAHUN	JUMLAH NASABAH
1	2017	967
2	2018	1240
3	2019	1454

Sumber: PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru.

Dari tabel di atas terlihat bahwa : PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru. dari tahun 2017-2018 mengalami peningkatan jumlah nasabah, dari 1267 nasabah menjadi 1340 nasabah, berarti mengalami peningkatan sebanyak 73 nasabah dan pada tahun 2019 jumlah nasabah 1454 nasabah, mengalami peningkatan sebanyak 114 nasabah

PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru. Dituntut untuk dapat memprediksikan bagaimana para nasabah akan merespon strategi pemasaran yang diterapkan, agar berpengaruh terhadap para nasabah yang ingin bergabung. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berdasarkan penjelasan diatas yang dituangkan dalam bentuk karya ilmiah yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Bergabung Pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru”**.

B. Perumusan Masalah

Setelah dilihat dari latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah:

1. Faktor pelayanan prima mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru.
2. Faktor kebudayaan mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru
3. Faktor sosial mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru
4. Faktor Pribadi mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru
5. Faktor psikologi mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru
6. Faktor Bauran Pemasaran mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru
7. Faktor pelayananan prima, kebudayaan, sosial, pribadi, psikologi, bauran pemasaran, mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui apakah faktor pelayanan prima mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru

2. Untuk Mengetahui apakah faktor kebudayaan mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru
3. Untuk Mengetahui apakah faktor sosial mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru
4. Untuk Mengetahui apakah faktor pribadi mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru
5. Untuk Mengetahui apakah faktor psikologi mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru
6. Untuk Mengetahui apakah faktor bauran pemasaran mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru
7. Untuk mengetahui apakah faktor pelayanan prima, kebudayaan, social, pribadi, psikologi dan bauran pemasaran mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru

D. Manfaat Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian ini diharapkan digunakan sebagai informasi bagi penelitian ilmiah selanjutnya, serta untuk menambah wawasan penulis di

bidang asuransi pada PT. Jamianan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru.

2. Mengembangkan kemampuan berfikir dalam menganalisa suatu permasalahan serta menerapkan segala ilmu yang telah diperoleh.

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penyusunan penelitian ini adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Mengulas Tentang Latar Belakang Masalah., Perumusan Masalah., Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian Serta Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang; Pengertian Pengambilan Keputusan;Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah, Pengertian Asuransi Islam, Falsafah Dasar Asuransi Syariah, Landasan Hukum Asuransi Syariah, Manfaat Asuransi Syariah, Tinjauan Penelitian Relevan, Konsep Operasional, Kerangka Konseptual, Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini Menjelaskan Jenis Penelitian; Tempat dan Waktu Penelitian, Populasi dan Sampel; Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data; Teknik Pengolahan dan Analisis Data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang gambaran umum PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru, Visi dan Misi PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru, Struktur organisasi PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru, deskripsi Data, Identitas Responden, factor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru. Analisis Data, Pembahasan Hasil Temuan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang kesimpulan dan saran dari penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Philip Kotler di dalam buku Daryanto dan Setyo Budi (2014:117) ada lima faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu faktor pelayanan prima, faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis.

Faktor pelayanan prima terdiri dari kemampuan, sikap, penampilan, kehandalan, tanggung jawab. Faktor kebudayaan terdiri dari kebudayaan, subbudaya, kelas sosial. Faktor sosial terdiri dari referensi, keluarga, peran dan status. Faktor pribadi terdiri dari umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Sedangkan faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap.

1. Faktor Pelayanan Prima

Dalam upaya menerapkan pelayanan kepada para konsumen, ada banyak poin yang wajib di perhatikan dan dilaksanakan, diantaranya : (Daryanto dan Setyobudi, 2014:117)

a. Sikap (*Attitude*)

Dalam menjalankan konsep pelayanan prima kepada para pelanggan, sikap atau *attitude* merupakan poin yang utama. Sikap yang

ramah dan sabar dalam melakukan pelayanan kepada konsumen, baik itu pelanggan kelas atas maupun pelanggan kecil harus diterapkan dengan seimbang. Untuk menciptakan kesan *attitude* yang baik di mata konsumen, maka para pegawai yang berinteraksi langsung dengan konsumen wajib menggunakan bahasa sopan, cekatan dalam menangani keluhan, dan menjadikan pelanggan sebagai seorang raja.

b. Perhatian (*Attention*)

Perhatian atau *attention* adalah tindakan memperhatikan keinginan pelanggan serta fokus dalam menciptakan kepuasan konsumen. Perhatian tersebut dapat diwujudkan dengan berbagai cara, misalnya mencermati karakter konsumen yang akan datang, memahami kepentingan dan kebutuhan pelanggan, secara mampu memberikan nasihat kepada pelanggan jika diperlukan.

c. Tindakan (*Action*)

Setelah memulai pelayanan ke konsumen dengan *attitude* yang bagus dan kemudian memperhatikan segala hal yang menjadi keinginan konsumen (*action*) guna mewujudkan apa yang diharapkan oleh konsumen. *Action* yang dilakukan hendaknya memenuhi prinsip cepat, tepat, hemat dan selamat.

d. Antisipasi (*Anticipation*)

Sebagai back up terakhir dari usaha melakukan pelayanan prima kepada para konsumen adalah menyiapkan solusi dari segala kemungkinan yang terjadi dalam bisnis anda. Antisipasi yang perlu

dipersiapkan dalam pelayanan prima tentu yang menyangkut dengan kepentingan konsumen.

2. Faktor-Faktor Kebudayaan

Menurut Philip Kotler di dalam buku Setiadi (2013:10) faktor-faktor kebudayaan terdiri dari :

a. Faktor Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Seseorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial penting lainnya.

b. Faktor Subbudaya

Setiap budaya terdiri dari subbudaya-subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosial yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Subbudaya dibedakan menjadi empat jenis: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.

c. Faktor Kelas Sosial

Kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hirarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

3. Faktor-Faktor Sosial

Menurut Philip Kotler di dalam buku Setiadi (2013:11) faktor-faktor sosial terdiri dari :

a. Kelompok referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

b. Keluarga

Kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli yakni:

- 1) Keluarga orientasi: yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tualah seseorang dapat pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta.
- 2) Keluarga prokreasi: yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

c. Peran dan Status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, club, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

4. Faktor-Faktor Pribadi

a. Umur dan Tahapan Dalam Siklus Hidup

Menurut Philip Kotler di dalam buku Setiadi (2013:11) seorang konsumen juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa

penelitian terakhir telah diidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasa mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

b. Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk atau jasa tertentu.

c. Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya, kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap pengeluaran lawan menabung.

d. Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup didunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapatan seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi kepada lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.

e. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian adalah karakter psikologi yang berbeda dan setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Kepribadian merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen. Bila jenis-jenis kepribadian dapat

diklasifikasikan dan memiliki korelasi yang kuat antara jenis-jenis kepribadian tersebut dan berbagai pilihan produk dan merek.

5. Faktor-Faktor Psikologi

a. Motivasi

Menurut Philip Kotler di dalam buku Setiadi (2013:12) perilaku seseorang dimulai dengan adanya suatu motif yang menggerakkan individu dalam mencapai suatu tujuan. Secara definisi motivasi adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Tanpa motivasi seseorang tidak akan terpengaruh untuk mencari kepuasan terhadap dirinya.

b. Persepsi

Proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti di dunia ini.

c. Proses Belajar

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

d. Kepercayaan dan Sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang pada sesuatu.

6. Faktor Bauran Pemasaran Jasa

Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan. Dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang. Oleh karena itu seseorang pemasar dituntut untuk memahami permasalahan pokok bidangnya dan menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Philip Kotler di dalam buku Sunyoto (2015:202) unsur pokok dalam strategi pemasaran adalah *marketing mix*, yang oleh Stanton didefinisikan sebagai kombinasi dari empat variabel atau kegiatan inti dari sistem pemasaran perusahaan yaitu produk, harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi.

a. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan manusia ataupun organisasi. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar yang bersangkutan.

b. Promosi

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

c. Harga

Harga adalah nilai yang disebut dalam rupiah, sen, atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar.

d. Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang sering tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Distribusi adalah merupakan kegiatan yang harus dilakukan oleh pengusaha untuk menyalurkan, menyebarkan, mengirimkan, serta menyampaikan barang yang dipasarkannya itu kepada konsumen.

B. Pengambilan Keputusan

1. Pengertian Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan sebagai proses penting yang mempengaruhi perilaku konsumen sangat penting dipahami. Menurut Desmita (2009:198) bahwa pengambilan keputusan (*decision making*) merupakan salah satu bentuk perbuatan berfikir dan hasil dari perbuatan itu disebut keputusan. Menurut Munandir (1996:122) pengambilan keputusan adalah keputusan yang didasarkan pada sejumlah pertimbangan dan yang memperhatikan segala faktor, baik obyektif maupun subyektif. Sedangkan menurut Anzizhan

(2004:89) pengambilan keputusan adalah proses menentukan pilihan dari beberapa alternatif untuk menetapkan suatu tindakan dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Definisi ini mengandung substansi pokok di dalamnya, yaitu adanya proses (langkah-langkah) ada beberapa alternatif yang akan dipilih, ada ketetapan hati memilih satu pilihan dan ada tujuan pengambilan keputusan (disengaja).

Menurut Siagian dalam Faraqi (2015) menyatakan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat. Menurut Supranto (2005:3) menyatakan bahwa salah satu komponen terpenting dari proses pembuatan keputusan ialah kegiatan pengumpulan informasi dari mana suatu apresiasi mengenai situasi keputusan dapat dibuat. Melihat pernyataan di atas, dalam memilih program studi membutuhkan informasi-informasi untuk mengambil keputusan, inti dari pengambilan keputusan terletak dalam perumusan untuk pemilihan alternatif yang tepat.

Menurut Pradjudi dalam Anzizhan (2004:47) kerangka kerja yang ada dalam sistem pengambilan keputusan yaitu sebagai pertama, posisi orang yang berwenang dalam mengambil keputusan. Kedua, problema, penyimpangan dari apa yang dikehendaki dan direncanakan atau dituju. Ketiga, situasi si pengambil keputusan itu berada. Keempat, kondisi pengambil keputusan, kekuatan dan kemampuan menghadapi problem. Kelima, tujuan apa yang diinginkan atau dicapai dengan pengambilan keputusan. Sedangkan menurut

Salusu dalam Rodiyah (2013:73) pengambilan keputusan adalah proses memilih suatu alternatif cara bertindak dengan metode yang efisien sesuai situasi. Pengambilan keputusan hendaknya dipahami dalam dua pengertian, yaitu penetapan tujuan yang merupakan terjemahan dari cita-cita dan aspirasi, serta pencapaian tujuan melalui implementasinya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan adalah hasil dari tindakan dalam mengambil suatu keputusan dari berbagai macam alternatif untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pengambilan keputusan juga sebagai proses pemutusan daripada suatu pemikiran tentang suatu masalah atau problem dengan menjatuhkan pilihan pada satu alternatif diantara sekian banyak alternatif berdasarkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria tertentu untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

2. Dasar-dasar Pengambilan Keputusan

Dasar-dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan bermacam-macam, tergantung dari permasalahan yang dihadapinya. Menurut Terry dalam Syamsi (2000:16) disebutkan dasar-dasar dari pengambilan keputusan yang berlaku adalah sebagai berikut :

a. Intuisi

Pengambilan keputusan yang berdasarkan atas intuisi atau perasaan memiliki sifat subjektif, sehingga mudah terkena pengaruh.

b. Pengalaman.

Pengambilan keputusan berdasarkan pengalaman memiliki manfaat bagi pengetahuan praktis, karena pengalaman seseorang dapat memperkirakan keadaan sesuatu, dapat memperhitungkan untung ruginya terhadap keputusan yang akan dihasilkan.

c. Fakta

Pengambilan Keputusan berdasarkan fakta dapat memberikan keputusan yang sehat, solid, dan baik, dengan fakta maka tingkat kepercayaan terhadap pengambilan keputusan dapat lebih tinggi, sehingga orang dapat menerima keputusan-keputusan yang dibuat itu dengan rela dan lapang dada.

d. Wewenang

Pengambilan keputusan berdasarkan wewenang biasanya dilakukan oleh pimpinan terhadap bawahannya atau orang yang lebih tinggi kedudukannya kepada orang yang lebih rendah kedudukannya.

e. Logika/ Rasional

Pada pengambilan keputusan yang berdasarkan rasional, keputusan yang dihasilkan bersifat objektif, logis, lebih transparan, konsisten, sehingga dapat dikatakan mendekati kebenaran atau sesuai dengan apa yang diinginkan.

C. Asuransi

1. Pengertian Asuransi

Istilah asuransi berasal dari bahasa Inggris, *insurance* yang berarti pertanggungjawaban. Asuransi atau pertanggungjawaban adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang di pertanggungjawabkan (Nopriansyah, 2016:8).

Asuransi adalah suatu perjanjian yang menjadi dasar bagi penanggung pada satu pihak berjanji akan melakukan sesuatu yang bernilai bagi tertanggung sebagai pihak yang lain atas terjadinya kejadian tertentu (Ganie, 2013:43)

Menurut undang-undang Republik Indonesia nomor 40 tahun 2014 tentang perasuransian bab 1, pasal 1, “Asuransi adalah perjanjian antara dua pihak, yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis, yang menjadi dasar penerimaan premi oleh perusahaan asuransi.”

2. Undang Undang Tentang Asuransi

a. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Ketentuan mengenai kegiatan asuransi dalam KUH perdata, di atur dalam Bab kelima belas tentang perjanjian untung-untungan, pada bagian kesatu tentang ketentuan umum, yaitu pada pasal 1774 KUH perdata, dalam pasal ini, kegiatan asuransi diistilah dengan pertanggungan.

b. Kitab Undang Undang Hukum Dagang (KUHD)

Definisi asuransai dalam KUHD terdapat dalam Bab kesembilan tentang asuransi atau pertanggungan umum.

c. Undang Undang NO. 2 Tahun 1992 Tentang Usaha Perasuransian Jo. Undang Undang NO. 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian.

d. Peraturan Pemerintah NO. 63 Tahun 1999 Tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah NO. 73 Tahun 1992 Jo, Peraturan Pemerintah NO. 39 Tahun 2008 Tentang Perubahan Kedua Jo, Perubahan Peraturan Pemerintah NO. 81 Tahun 2008 Tentang Perubahan Ketiga Atas Peraturan Pemerintah NO. 73 Tahun 1992 Tentang Penyelenggaraan Perasuransian Jo, Peraturan Jasa Keuangan NO. 69/POJK.05/2016 Tentang Penyelenggaraan Usaha Perusahaan Asuransi, Perusahaan Asuransi Syariah, Perusahaan Reasuransi Dan Perusahaan Reasuransi Syariah.

e. Peraturan Menteri Keuangan NOMOR 18/PMK.010/2010 Jo, Peraturan Menteri Keuangan Indonesia NOMOR 227/PMK.010/2012 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Keuangan NOMOR 18/PMK.010/2010

Tentang Penerapan Perinsip Dasar Penyelenggaraan Usaha Asuransi Dan Usaha Reasuransi Dengan Perinsip Syariah.

- f. Peraturan Menteri Keuangan NO. 11 Tahun 2011 Tentang Kesehatan Keuangan Usaha Asuransi Dan Usaha Reasuransi Dengan Perinsip Syariah
 Jo, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan NO. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan NO. 72/POJK.05/2016 Tentang Kesehatan Keuangan Perusahaan Asuransi Dan Perusahaan Reasuransi Dengan Perinsip Syariah.

3. Pengertian Asuransi Islam

(Novi,2015 :2) menerangkan bahwa dalam bahasa arab asuransi di kenal dengan istilah : *At Takaful*, atau *At Tadhamun* yang berarti : saling menanggung. Asuransi di sebut juga dengan istilah *At-Ta'min* berasal dari kata amina, yang berarti aman, tenang dan tenang. Lawanya adalah *Al-Khouf*, yang berarti takut dan khawatir. Di namakan *At-Ta'min* karena orang yang melakukan transaksi ini(khususnya para peserta) telah merasa aman dan tidak terlalu takut terhadap bahaya yang akan menimpanya dengan adanya transaksi ini.

Asuransi syariah menurut dewan Syariah Nasional adalah usaha untuk saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang melalui investasi dalam bentuk asset atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko atau bahaya tertentu melalui akad yang sesuai dengan syariah. Asuransi syariah disebut juga asuransi *ta'awun* yang artinya saling tolong meonolong dan bukan bertujuan untuk mencari keuntungan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa perinsip *ta'awun*, perinsip

dasarnya adalah syariah yakni saling toleran terhadap sesama manusia untuk menjalin kebersamaan dalam membantu dan meringankan bencana yang di alami peserta (Sholihin, 2010: 110)

Dalam asuransi syariah istilah tertanggung dan penanggung tidak relevan lagi jika dipandang sebagai pihak yang berbeda. Dalam kepesertaan asuransi syariah baik tertanggung maupun penanggung adalah sesama itu sendiri. Perusahaan syariah dalam hal ini bertindak sebagai operator (pengelola) yang bertugas mengurus masalah administrasi data kepesertaan, mengelola resiko, mengelola dana dan membayarkan klaim sesuai dengan yang diperjanjikan. Sebagai imbalan atas pekerjaan yang dilakukan tersebut, perusahaan asuransi syariah memperoleh *fee* (upah) dan atau bagi hasil dari pengelola dana yang dilakukan serta memperoleh pembagian dari *underwritting* surplus sesuai yang disepakati.

Asuransi syariah dapat menjadi alternatif pilihan proteksi bagi pemeluk agama islam yang menginginkan produk yang sesuai hukum islam. Produk ini juga bisa menjadi pilihan bagi pemeluk agama lain yang memandang konsep syariah adil bagi mereka. Syariah adalah sebuah prinsip atau sistem yang bersifat universal dimana dapat dimanfaatkan bagi siapapun yang berminat. Asuransi syariah mempunyai beberapa pandangan dalam bahasa arab diantaranya: *takaful*, *ta'min*, dan *tadhamun* dalam buku (Zainuddin, 2008: 3-6).

a. *Takaful*

Takaful dalam pengertian fiqih *mua'alah* adalah saling memikul resiko diantara sesama muslim sehingga antara satu dengan yang lainnya menjadi penanggung atas resiko yang lainnya. Saling pikul resiko dimaksud, dilakukan atas dasar saling menolong kebaikan dengan cara, setiap orang mengeluarkan dana kebajikan (*tabarru'*) yang ditujukan untuk menanggung resiko.

b. *At-ta'min*

Ta'min adalah menghilangkan rasa takut atau was-was dari sesuatu kejadian yang tidak dikehendaki yang akan menimpanya, sehingga sehingga dari adanya jaminan dimaksud, maka rasa takutnya hilang dan merasa terlindungi.

c. *At-tadhamun*

Tadhamun adalah saling menolong (*ta'awun*), yaitu suatu warga kelompok masyarakat harus saling menolong saudaranya yang sedang ditimpa oleh musibah.

4. Falsafah Dasar Asuransi Syariah

Adapun prinsip-prinsip asuransi syariah adalah (Widyaningsih, 2015: 181-185)

- a. Saling bertanggung jawab.
- b. Saling bekerjasama untuk bantu membantu.
- c. Saling melindungi dari segala kesusahan.

Dengan demikian, falsafah asuransi syariah adalah penghayatan terhadap semangat saling bertanggung jawab, kerja sama dan perlindungan

dalam kegiatan-kegiatan masyarakat, demi tercapainya kesejahteraan umat dan masyarakat umumnya.

Disisi lain, manusia memiliki sifat lemah dalam menghadapi kejadian yang akan datang. Sifat lemah tersebut berbentuk ketidak teraturannya terhadap kejadian yang akan menimpa pada dirinya. Manusia tidak dapat memastikan bagaimana keadaanya dikemudian hari.

Jadi, prinsip dasar inilah yang menjadi tolak ukur dari nilai filosofi asuransi syariah yang berkembang pada saat ini, yaitu dalam bentuk semangat tolong menolong, bekerjasama, dan proteksi terhadap peristiwa yang membawa kerugian.

seperti yang disebut dalam Al-Qur'an Surah Quraisy (106) : 4, yaitu:

الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَءَامَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ ﴿٤﴾

Artinya: *Dialah Allah yang mengamankan mereka dari ketakutan*”

Ayat ini di perkuat dengan firman Allah dalam Al-quran Surah An-Nisaa' (4):9)

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَةً ضِعَفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا

سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya :*Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang sendainya meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.*

Pada dasarnya islam mengakui bahwa kecelakaan, kemalangan dan kematian merupakan takdir dari Allah. Hal ini tidak dapat di tolak, hanya saja kita di perintah membuat perencanaan untuk menghadapi hari depan. Ayat

tersebut mencakup pemahaman bahwa, Allah SWT memerintahkan kepada umat islam agar berpikir tentang masa depan keturunannya, yakni agar tidak meninggalkan keturunan yang lemah, yang menjadi beban orang lain sepeninggalanya.

5. Sejarah Asuransi Syariah

Lembaga asuransi sebagaimana dikenal sekarang sesungguhnya tidak dikenal pada masa awal islam, akibatnya banyak literature islam menyimpulkan bahwa asuransi tidak dapat dipandang sebagai praktik yang halal. Walau secara jelas mengenai lembaga asuransi ini tidak dikenal pada masa islam, akan tetapi terdapat beberapa aktifitas dari kehidupan pada masa rasullah yang mengarah pada prinsip-prinsip. Misalnya konsep tanggung jawab bersama yang disebut dengan sistem *Aqilah*. Sistem tersebut telah berkembang pada masyarakat arab sebelum lahirnya rasullah SAW. Kemudian pada zaman rasullah SAW atau pada masa awal Islam sistem tersebut dipraktikan diantara kaum *Muhajirin* dan *Ansor*. Sistem *Aqilah* adalah sistem menghimpun anggota untuk menyumbang dalam suatu tabungan bersama yang dikenal sebagai "*Kunz*". Tabungan ini bertujuan untuk memberikan pertolongan kepada keluarga korban yang terbunuh secara tidak sengaja dan untuk membebaskan hamba sahaya.

Disinal ulama kontemporer bermain dalam menggali dan menyusun sebuah kinerja dan manajemen asuransi syariah. Mengutip pernyataan Nejatullah Al-Siddiqi, bahwa asuransi syariah harus membawa unsur tolong menolong, seperti apa yang terjadi diawal sejarah asuransi yang menjadikan

prinsip tolong menolong sebagai unsur utama di dalamnya. Dari sini asuransi syariah mengemban tugas agar melakukan pembersihan unsur-unsur yang tidak sesuai dengan syariah terhadap praktik yang dijalankan oleh asuransi konvensional. Nilai-nilai seperti *materialistis*, *individualistis*, *kapitalis*, harus di hapuskan, sebagai gantinya dimasukkan semangat keadilan, kerjasama, dan saling tolong menolong.

6. Landasan Hukum Asuransi Syariah

Landasan asuransi syariah adalah hukum praktik asuransi syariah. Sejak awal asuransi syariah merupakan bisnis pertanggungangan yang disadari nilai-nilai Islam, yaitu merujuk pada al-quran dan sunah rasulullah SAW. Untuk itu landasan yang digunakan pada asuransi syariah tidak jauh beda dari metodologi yang digunakan oleh ahli Islam karena merujuk pada syariat islam.

Hukum Asuransi menurut islam berbeda antara satu jenis dengan yang lainnya, adapun princiannya sebagai berikut: pertama, untuk asuransi ta'awun dibolehkan di dalam islam. Alasannya karena asuransi ta'awun termasuk *aqad tabarru'* (sumbangan suka rela), asuransi ini bebas riba, dan sebagainya. Kedua, asuransi sosial dibolehkan dalam islam karena asuransi sosial ini tidak termasuk akad *mu'awad* (jual beli), tetapi merupakan kerja sama saling membantu dan asuransi sosial ini biasanya diselenggarakan pemerintah. Ketiga, asuransi bisnis atau niaga, adapun untuk hukumnya adalah haram. Alasanya karena perjanjian asuransi bisnis ini termasuk dalam akad perjanjian kompensasi keuangan yang bersifat spekulatif (*gharar*), perjanjian ini termasuk perjudian (*gambling*), mengandung unsur riba, akad asuransi

mengandung unsur rihan (taruhan) yang di haramkan, termasuk mengambil harta orang lain tanpa imbalan, mengandung unsur mewajibkan sesuatu yang tidak diwajibkan syara’.

Landasan Hukum Asuransi Islam adalah sebagai berikut:

A. Al-Qur’an

1. Perintah Allah untuk mempersiapkan hari depan dalam (QS,Al-Hasyr: 18).

Artinya :*Hai orang –orang yang beriman bertawakallah kepada Allah dan hendaklah setiap hari memperhatikan apa yang telah di perbuat untuk hari esok (akhirat). Dan bertawakallah kepada Allah, sesungguhnya Allah maha mengetahui apa yang engkau kerjakan “*

Ayat ini menceritakan kita untuk mempersiapkan diri, melakukan ikhtiar antara lain dengan menyisihkan sebagian harta yang kita miliki melalui asuransi syariah bersama dengan saudara-saudara kita yang lainnya, sehingga, jika takdir menjemput kita, maka persiapan untuk keluarga yang kita tinggalkan dalam batas tertentu sudah tersedia. Dengan demikian, kita tidak meninggalkan keluarga yang sengsara, terutama bagi sang ayah sebagai tulang punggung ekonomi keluarga.

2) Perintah Allah untuk bertawakal dan optimis berusaha(QS. Luqman 3:34)

إِنَّ اللَّهَ عِنْدَهُ عِلْمُ السَّاعَةِ وَيُرْسِلُ الْغَيْثَ وَيَعْلَمُ مَا فِي الْأَرْحَامِ وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ مَّاذَا تَكْسِبُ غَدًا
 وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ بِأَيِّ أَرْضٍ تَمُوتُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿٣٤﴾

Artinya: *Sesungguhnya Allah, hanya pada sisinya sajalah pengetahuan tentang hari kiamat, dan dialah yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim, dan, tidak ada seorang pun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakan besok, dan seorang pun yang dapat mengetahui di bumi mana ia akan mati. Sesungguhnya Allah maha mengetahui lagi maha mengenal”*

B. Sunah Nabi SAW

1. Hadist tentang anjuran menghilangkan kesulitan seseorang

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : مَنْ نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ، وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ،

Artinya: *Diriwayatkan oleh Abu Hurairah ra. Nabi Muhammad SAW bersabda: Barang siapa yang menghilangkan kesulitan duniawinya seorang mukmin, maka Allah SWT akan menghilangkan kesulitannya di hari kiamat. Barang siapa yang mempermudah kesulitan orang, maka Allah akan mempermudah urusannya di dunia dan akhirat.*

2. Hadist tentang menghindari resiko

حَدَّثَنَا عَمْرُو بْنُ عَلِيٍّ حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ سَعِيدٍ الْقَطَّانُ حَدَّثَنَا الْمُغِيرَةُ بْنُ أَبِي فُرَةَ السَّدُوسِيُّ قَالَ سَمِعْتُ أَنَسَ بْنَ مَالِكٍ يَقُولُ قَالَ رَجُلٌ يَارَسُولَ اللَّهِ أَعْلَفَهَا وَآتَوَكَّلُ أَوْ أَطْلُقُهَا وَآتَوَكَّلُ

Artinya: *Abu hafzh amr bin ali menceritakan kepada kami, yahya bin sa'id Al Qaththan menceritakan kepada kami, mughirah bin Abu Qurrah As-Sadusi, menceritakan kepada kami, dia berkata, "Aku mendengar Anas bin malik berkata, ada seorang pria berkata, Wahai rasulullah! Sebaiknya ku ikatkan (unta ini) kemudian aku bertawakkal, atau aku lepaskan saja lalu aku bertawakkal? Beliau menjawab, "ikatlah (unta itu) dan bertaawakallah!*

3. Hadist tentang anjuran meninggalkan harta untuk ahli waris

حَدَّثَنَا أَحْمَدُ بْنُ يُونُسَ حَدَّثَنَا إِبْرَاهِيمُ هُوَ ابْنُ سَعْدٍ حَدَّثَنَا ابْنُ شِهَابٍ عَنْ عَامِرِ بْنِ سَعْدٍ عَنْ أَبِيهِ قَالَ قَالَ عَادَنِي النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فِي حَجَّةِ الْوَدَعِ مِنْ وَجَعِ أَشْفَيْتَ مِنْهُ عَلَى الْمَوْتِ فَقُلْتُ يَا رَسُولَ اللَّهِ بَلِّغْ بِي مِنَ الْوَجَعِ مَا تَرَى وَأَنَا ذُو مَالٍ وَلَا يَرِثُنِي إِلَّا ابْنَةٌ لِي وَاحِدَةٌ أَفَاتَّصَدَّقَ بِثُلثِي مَالِي قَالَ لَا قُلْتُ أَفَاتَّصَدَّقَ بِشَرْطِهِ قَالَ لَا قُلْتُ فَالثُلُثُ قَالَ وَالثُلُثُ كَثِيرًا نَكَ أَنْ تَذَرَ وَرَثَتَكَ أَغْنِيَاءَ خَيْرٌ مِنْ أَنْ تَذَرَهُمْ عَالَةً يَتَكَفَّفُونَ النَّأ

Artinya: *Telah menceritakan kepada kami Ahmad bin yunus. Telah menceritakan kepada kami Ibrahim, yaitu Ibnu sa'ad. Telah menceritakan kepada kami Ibnu Shihab dari 'amir bin Sa'ad dari bapaknya. Dia berkata, Rasulullah SAW menjenguk ku pada haji wada'. Ketika itu saya menderita sakit yang hampir*

menghantarku kepada kematian. Saya berkata, Wahai rasulullah, engkau telau melihat sakitku dan aku memiliki harta yang melimpah sedangkan tidak ada yang mewarisiku kecuali seorang anak perempuan. Maka apakah aku boleh menginfakkan dua pertiga harta ku? “Beliau menjawab, “jangan” saya bertanya lagi, “Bagaimana kalau setengah hartaku?” Beliau menjawab, “jangan” saya bertanya lagi, “bagaimana jika sepertiga? “Rasulullah SAW menjawab, “sepertiga. Ya sepertiga, tapi itu (masih tetap) banyak. Sesungguhnya jika kamu meninggalkan ahli warismu dalam keadaan kaya itu lebih baik daripada meninggalkan mereka dalam keadaan kekurangan dengan mengadakan tangannya kepada manusia.

7. Fatwa-fatwa MUI tentang asuransi syariah

Pertama : Ketentuan Umum

1. Asuransi Syariah (Ta'min, Takaful atau Tadamun) adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong di antara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk asset atau tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.
2. Akad yang sesuai dengan syariah yang dimaksud pada point (1) adalah yang tidak mengandung gharar (penipuan), maysir (perjudian), riba, zhulm (penganiayaan), risywah (suap), barang haram dan maksiat.
3. Akad tijarah adalah semua bentuk akad yang dilakukan untuk tujuan komersial.
4. Akad tabarru' adalah semua bentuk akad yang dilakukan dengan tujuan kebajikan dan tolong-menolong, bukan semata untuk tujuan komersial.
5. Premi adalah kewajiban peserta Asuransi untuk memberikan sejumlah dana kepada perusahaan asuransi sesuai dengan kesepakatan dalam akad.

6. Klaim adalah hak peserta Asuransi yang wajib diberikan oleh perusahaan asuransi sesuai dengan kesepakatan dalam akad.

8. Tata Cara dan operasional Asuransi Syariah

Tata Cara dan Operasional Asuransi Syariah adalah sebagai berikut:

a. Akad

Akad antara perusahaan dan peserta menggunakan akad mudharabah dengan semangat saling menanggung (*takafful*), dan bukan berdasarkan akad pertukaran (*tadabbuli*). Unsur dalam konsep Al-Mudharabah ini adalah:

1. Perusahaan menginvestasikan dan mengusahakan kedalam proyek dalam bentuk: musyarakah, murabahah, dan wadi'ah.
2. Menanggung resiko usaha secara bersama-sama dengan prinsip bagi hasil yang telah disepakati.
3. Pembagian hasil atas keuntungan dari investasi dilakukan setelah penyelesaian klaim manfaat takaful dari peserta yang mengalami musibah.

9. Manfaat Asuransi Syariah

Menurut (Soemitra, 2009: 255-256), asuransi pada dasarnya dapat memberi manfaat bagi para peserta antara lain, sebagai berikut:

- a. Rasa aman dan perlindungan, peserta asuransi berhak memperoleh klaim (hak peserta asuransi) yang wajib diberikan oleh perusahaan sesuai dengan kesepakatan dalam akad. Klaim tersebut akan menghindarkan peserta asuransi dari kerugian yang mungkin timbul.

- b. Pendistribusian biaya dan manfaat yang lebih adil. Semakin besar kemungkinan terjadinya suatu kerugian dan semakin besar kerugian yang mungkin ditimbulkannya makin besar pula premi pertanggungannya. Untuk menentukan besarnya premi perusahaan asuransi syariah dapat menggunakan rujukan, misalnya tabel *mortalia* (tabel kematian) untuk asuransi jiwa dan tabel *morbidity* (tabel yang berisi angka kejadian sakit dan kecelakaan atas kelompok-kelompok penduduk tertentu berdasarkan kategori umur) untuk asuransi kesehatan, dengan syarat tidak memasukan unsur riba dalam perhitungannya.
- c. Berfungsi sebagai tabungan. Kepemilikan dana pada asuransi syariah merupakan hak peserta, perusahaan hanya sebagai pemegang amanah untuk mengelolanya secara syariah. Jika masa kontrak peserta tidak dapat melanjutkan pembayaran premi dan ingin mengundurkan diri sebelum masa *reversing period*, maka dana yang dimasukan dapat diambil kembali, kecuali sebagian dana kecil yang telah di niatkan untuk *tabarru'*
- d. Alat penyebaran resiko. Dalam asuransi syariah resiko di bagi bersama para peserta sebagai bentuk tolong-menolong dan membantu diantara mereka.
- e. Membantu meningkatkan kegiatan usaha karena perusahaan asuransi akan melakukan investasi sesuai dengan syariah atau suatu bidang usaha tertentu.

A. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen

Menurut Philip Kotler di dalam buku Setiadi (2013:14) proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan

masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Seperti pada gambar berikut:

Gambar 3. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen



Sumber : Setiadi (2013:14)

Dari gambar di atas mengisyaratkan bahwa konsumen melewati kelima tahap seluruhnya pada setiap pembelian. Namun, dalam pembelian yang lebih rutin, konsumen sering kali melompati atau membolak balik beberapa tahap ini. Secara perinci tahap-tahap tersebut dapat diuraikan sebagai berikut: (Setiadi, 2013:15)

1. Pengenalan masalah

Proses membeli diawali saat pembeli menyadari bahwa adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya. Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal maupun eksternal dalam kasus pertama dari kebutuhan normal seseorang, yaitu rasa lapar atau dahaga.

2. Pencarian Informasi

Seseorang konsumen mulai timbul minatnya akan mendorong untuk mencari informasi lebih banyak. Kita dapat membedakan dua tingkat. Yaitu keadaan tingkat pencarian informasi yang sedang-sedang saja yang disebut perhatian yang meningkat. Proses mencari bahan-bahan bacaan, menelpon teman-temannya dan melakukan kegiatan untuk mempelajari yang lain.

3. Evaluasi alternatif

Bagaiman konsumen memproses informasi tentang pilihan merk untuk keputusan akhir. Ternyata tidak ada proses evaluasi yang sederhana dan tunggal yang digunakan oleh konsumen atau bahkan oleh satu konsumen pada seluruh suatu pembeli. Ada beberapa proses evaluasi keputusan. Kebanyakan model dari evaluasi konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap barang terutama berdasarkan pertimbangan yang sadar dan rasional.

4. Keputusan membeli

Tujuan pembelian juga akan dipengaruhi oleh faktor-faktor keadaan yang tidak terduga. Konsumen membentuk tujuan pembeli berdasarkan faktor seperti: pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan. Pada saat konsumen ingin bertindak, faktor-faktor keadaan tidak terduga mungkin timbul dan mengubah tujuan membeli.

5. Perilaku sesudah membeli

Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen tersebut juga akan terlibat dalam tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk akan menarik mionat pemasar. Pekerja pemasar tidak akan berakhir pada saat suatu produk akan dibeli, akan tetapi akan terus berlangsung hingga periode sesudah pembelian.

C. Tinjauan Penelitian Relevan

Adapun penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Rismaini (2016), penelitian ini dengan judul Analisis ”*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Bergabung Pada PT Takaful Keluarga RO Riau Agency*”. Sedangkan Penulis Meneliti Tentang *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah* Bergabung pada *PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen bergabung pada Takaful Keluarga dan faktor mana yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumen tersebut, kerangka teori dalam penelitian adalah bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor pelayanan prima, faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis, jenis penelitian yang di gunakan adalah desain kausalitas, Adapun hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen terbukti dari uji t yang semua variabel signifikan dan berpengaruh positif.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah terletak pada subyek penelitiannya yaitu nasabah, menggunakan metode yang sama yaitu kuantitatif .

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis ialah terletak pada jenis penelitiannya yaitu *Cross Sectional* (penelitian yang diadakan dalam waktu yang bersamaan tetapi subjek yang berbeda-beda), objek penelitiannya yaitu faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan

nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru, menggunakan teknik pengambilan sampel yang berbeda yaitu *Stratified Random Sampling* sedangkan penulis menggunakan *Simple Random Sampling*, jumlah populasi yang berbeda yaitu 980 orang sedangkan penulis 1454 orang. Perbedaan selanjutnya yaitu penelitian ini dilakukan di PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru sedangkan penelitian di atas dilakukan di PT. Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru.

Penelitian selanjutnya oleh Yessy Rossiana (2017), yang berjudul "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Berasuransi Syariah (Studi Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputra Cabang Pontianak)*". Sedangkan Penulis Meneliti Tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bergabung pada *PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru*. Dari hasil analisis regresi linier berganda, Menunjukkan bahwa variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam berasuransi syariah di PT. AJS bumiputra cabang pontianak dengan taraf signifikan ($<0,05$) dan berpengaruh sebesar 0,017. Promosi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam berasuransi syariah di PT. AJS bumiputra cabang pontianak dengan taraf signifikan ($>0,05$) dan nilai signifikannya sebesar 0,469. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam berasuransi syariah di PT. AJS bumiputra cabang pontianak dengan taraf signifikan ($<0,05$) dan berpengaruh sebesar 0,041. Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam bergabung di PT. AJS bumiputra cabang pontianak dengan taraf signifikan ($>0,05$) dan nilai

signifikannya sebesar 0,363. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam berasuransi syariah di PT. AJS bumiputra cabang pontianak dengan taraf signifikan ($<0,05$) dan berpengaruh sebesar 0,012.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah terletak pada subyek penelitiannya yaitu nasabah, menggunakan metode yang sama yaitu kuantitatif . menggunakan sampel yang sama yaitu 94 nasabah.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis ialah terletak pada teknik pengambilan sampel yang berbeda yaitu *proportionate stratified random sampling* sedangkan penulis menggunakan *Simple Random Sampling*, objek penelitiannya yaitu minat nasabah berasuransi syariah studi pada PT. Asuransi Syariah Bumi Putra Pontianak, sedangkan penulis faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Asskrindo Syariah Pekanbaru.

Penelitian selanjutnya oleh Ali Mujini (2019) yang berjudul “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pasien Memilih Pelayanan Kesehatan Di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru*” Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kausalitas. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien. Cara pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *simple random sampling* yaitu mengambil sampel dari anggota populasi dan berstrata secara profesional sebanyak 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan kesehatan

telah memberi pengaruh terhadap kepuasan pasien pada rumah sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah terletak pada teknik pengumpulan data yang sama yaitu angket dan dokumentasi, menggunakan sampel yang sama yaitu 100 responden, Persamaan selanjutnya yaitu menggunakan metode yang sama yaitu kuantitatif.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis ialah terletak pada objek penelitiannya yaitu faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pasien memilih pelayanan kesehatan di rumah sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru, jumlah populasi yang berbeda yaitu 121.398 orang sedangkan penulis 1454 orang. Perbedaan selanjutnya yaitu penelitian ini dilakukan di PT. Jaminan pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru sedangkan penelitian di atas dilakukan di rumah sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru .

D. Hubungan Antar Variabel

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis yang dilakukan guna mengetahui pengaruh faktor pelayanan prima, faktor kebudayaan, faktor social, faktor pribadi, faktor psikologi dan faktor bauran pemasaran terhadap pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru. (setiadi, 2013: 15)

1. Pengaruh Faktor Pelayanan Prima Terhadap Pengambilan Keputusan

Nasabah

Seorang nasabah sebelum memutuskan bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru, tentu terlebih dahulu akan

melihat pelayanan yang di berikan kepada calon nasabah, setelah itu biasanya mereka akan melakukan pencarian informasi lebih untuk memastikan apakah pelayanan yang di berikan kepada calon nasabah sangat baik sehingga akan menimbulkan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru

2. Pengaruh Faktor Kebudayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah

Kebudayaan merupakan variabel yang mempengaruhi perilaku nasabah yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi. Keaneragaman dalam kebudayaan suatu daerah akan membentuk perilaku nasabah yang beragam pula, dengan adanya perilaku masyarakat yang cenderung menggunakan jasa asuransi sebagai jaminan masa depan akan mempengaruhi masyarakat luas untuk mengambil keputusan bergabung menjadi salah satu nasabah yang menggunakan jasa asuransi

3. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah

Status social akan mempengaruhi gaya hidup seseorang dalam mendapatkan pelayanan atau jasa untuk memperoleh jaminan mereka untuk masa akan datang, tingkat social seseorang tinggi akan mempengaruhi pola pikir untuk mengambil keputusan dalam memperoleh jasa layanan asuransi atau jaminan masa akan datang yang belum pasti.

4. Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah

Kepribadian merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisa perilaku nasabah, bila jenis jenis kepribadian dapat

diklasifikasikan dan memiliki korelasi yang kuat antara jenis jenis kepribadian tersebut dan berbagai pilihan produk dan merek akan mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru

5. Pengaruh Faktor Psikologi Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah

Perilaku seseorang di mulai dengan adanya suatu motif yang menggerakkan individu dalam mencapai suatu tujuan, adanya motivasi dikarenakan kebutuhan yang di rasakan nasabah sehingga mempengaruhi dalam pengambilan keputusan bergabung pada asuransi syariah.

6. Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah

Keberhasilan suatu jasa keuangan tidak lepas dari pengaruh bauran pemasaran, bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan secara terus menerus untuk mencapai tujuan pemasaran, bauran pemasaran yang baik mengacu pada komponen atau instrument yang dapat digunakan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada asuransi.

E. Konsep Operasional

Adapun variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen X (Bebas) adalah Faktor Kebudayaan,yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi seperti budaya, subbudaya dan kelas sosial. Faktor Sosial, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi seperti kelompok referensi,keluarga,

peran dan status. Faktor Pribadi, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi seperti umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian seseorang. Faktor Psikologis, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi seperti motivasi, persepsi, proses belajar dan kepercayaan dan sikap. Faktor Bauran Pemasaran Jasa adalah alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang ditetapkan dapat berjalan sukses.

2. Variabel Dependen Y (Terikat) yaitu pengambilan keputusan Nasabah. Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan terhadap sesuatu. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa asuransi atau UU.

pengambilan keputusan adalah hasil dari tindakan dalam mengambil suatu keputusan dari berbagai macam alternatif untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Berdasarkan teori di atas maka dapat dibuat konsep operasional sebagai berikut:

Tabel 2 : Konsep Operasional

Variabel	Indikator	Pernyataan
Faktor Pelayanan Prima (X1) (Daryanto Dan Setyobudi,2014:117)	1. Sikap	1-2
	2. Perhatian	3
	3. Tindakan	4
	4. Antisipasi	5
Faktor Kebudayaan (X2) (Setiadi,2013:10)	1. Kebudayaan	6
	2. Subbudaya	7
	3. Kelas Sosial	8-9

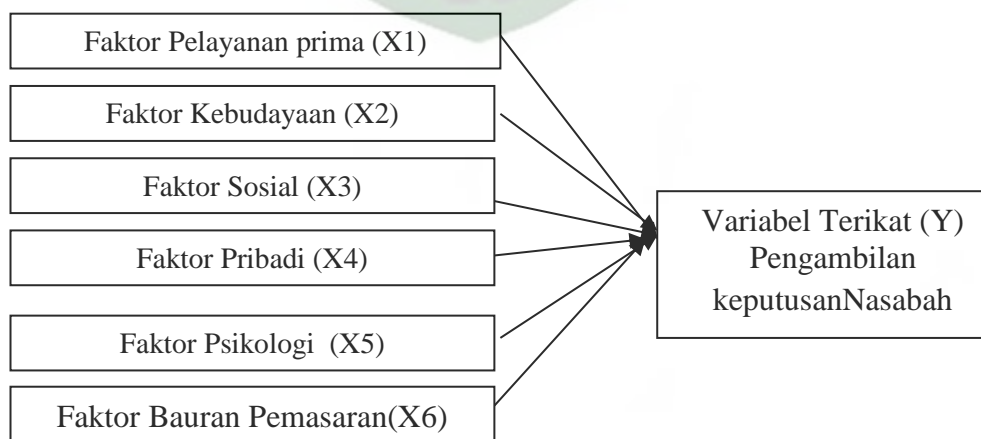
Faktor Sosial (X3) (Setiadi, 2013:11)	1. Kelompok Referensi 2. Keluarga 3. Peran Dan Status	10-11 13 14-15
Faktor Pribadi (X4) (Setiadi, 2013:11)	1. Umur Dan Siklus Hidup 2. Pekerjaan 3. Keadaan Ekonomi 4. Gaya Hidup 5. Kepribadian Dan Konsep Diri	16 17 18 19 20
Faktor Psikologi (X5) (Setiadi, 2013:12)	1. Motivasi 2. Persepsi 3. Proses belajar Kepercayaan dan sikap	21 22 23 24-25
Bauran Pemasaran(X6) (Setiadi, 2013 : 13)	1. Produk 2. Promosi 3. Harga 4. Saluran Distribusi	26 27 28 29-30
Pengambilan Keputusan Nasabah (Y)	1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informassi 3. Keputusan Alternatif 4. Keputusan Membeli 5. Perilaku Sesudah Membeli	31-32 33-34 35-36 37-38 39-40

Sumber : Data Olahan, 2020.

E. Kerangka Konseptual

Berdasarkan konsep operasional dapat digambarkan kerangka konseptual penelitian ini sebagai berikut :

Gambar 3 : Kerangka Konseptual



Gambar diatas menunjukkan bahwa faktor pelayanan prima, kebudayaan, sosial pribadi, psikologi, bauran pemasaran mempengaruhi minat nasabah untuk bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru.

F. Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah serta landasan teori yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesisi yang akan di uji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H₀ : Tidak terdapat Pengaruh Faktor Pelayanan Prima Terhadap Pengambilan Keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru.
- H₁ : Terdapat Pengaruh Faktor Pelayanan Prima Terhadap Pengambilan Keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru.
- H₀ : Tidak terdapat Pengaruh Faktor Kebudayaan Terhadap Pengambilan Keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru.
- H₂ : Terdapat Pengaruh Faktor Kebudayaan Terhadap Pengambilan Keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru.

- H₀ : Tidak terdapat Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru.
- H₃ : Terdapat Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru.
- H₀ : Tidak terdapat Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Pengambilan Keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru.
- H₄ : Terdapat Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Pengambilan Keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru.
- H₀ : Tidak terdapat Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Pengambilan Keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru.
- H₅ : Terdapat Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Pengambilan Keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru.
- H₀ : Tidak terdapat Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru.

H₆ : Terdapat Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan penelitian kualitatif. penelitian kualitatif adalah sebuah pendekatan fenomena yaitu mengamati dan meneliti masalah atau keadaan tertentu yang menjadi objek penelitian (Laksono, 2013: 181).

Suatu proses penelitian dan pemahaman berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. pada pendekatan ini peneliti menekankan sifat yang tergabung secara sosial, hubungan antara peneliti dan subjek yang diteliti. selain itu penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang di maksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan yang hasilkan dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian (Arikunto, 2013: 3)

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2020 sampai bulan April 2020, yaitu selama empat bulan dengan perencanaan sebagai berikut :

Tabel 3 : Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan															
		Januari				Febuari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan Penelitian																
2	Pengumpulan Data																
3	Pengolahan Data																
4	Penulisan Laporan																

Sumber: Data Olahan 2020

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Jadi, kumpulan itu menunjukkan jumlah, sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu. Dalam praktiknya, seorang peneliti yang melakukan penelitian terhadap keseluruhan kumpulan populasi (Sanusi, 2014:87)

Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah jumlah nasabah yang bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah pekanbaru. pada tahun 2019 sebanyak 1454 nasabah

2. Sampel

Dari jumlah populasi diatas, maka penulis melakukan pengambilan sampel, untuk menentukan sampel responden dari populasi penelitian maka digunakan ketentuan dalam menentukan ukuran sampel berdasarkan pendapat slovin dengan rumusan sebagai berikut (Sanusi 2014: 101).

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

Keterangan :n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentasi kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel. Dalam penelitian ini jumlah populasi (N)= 1454 orang, dengan nilai kritis (e) sebesar 10% maka ukuran sampel:

$$n = \frac{1454}{1 + 1454(10\%)^2} = 93,56 = 94$$

jadi, dalam penelitian ini ukuran sampelnya dibulatkan sebanyak 94 nasabah. Dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *simple random sampling*, yaitu pengambilan sampel secara acak sederhana dimana anggota sampelnya mendapatkan kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel (Sanusi 2014: 94)

C. Subjek Dan Objek Penelitian

Sebagai subjek penelitian ini adalah nasabah PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru dan sebagai objeknya adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah pekanbaru.

D. Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau orang yang bersangkutan yang memerlukannya. Dalam penelitian ini dilakukan dengan cara meminta nasabah untuk mengisi angket.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini, data-data yang diambil adalah laporan pertanggung jawaban yang disusun oleh PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah pekanbaru. yang berkenaan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung di PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah pekanbaru. (Misbahuddin & Iqbal Hasan 2013: 21-22).

1. Teknik Pengumpulan Data

Untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

a. Angket

Angket adalah daftar pertanyaan yang di berikan orang lain bersedia memberikan respons (responden) sesuai dengan permintaan pengguna. (Riduwan, 2015)

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang penelitian. (Riduwan, 2015: 58)

2. Teknik Pengolahan Data Dan Analisa Data

1). Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data adalah kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilaksanakan. Pengolahan data secara umum dilaksanakan melalui tahap memeriksa (*editing*), proses pemberian edintitas (*coding*) dan proses pembeberan (*tabulating*) (Bungin 2013: 174-178)

a. Editing

Editing adalah kegiatan yang dilaksanakan setelah peneliti selesai menghimpun data dilapangan. Proses editing dimulai dengan memberi edintitas pada instrument penelitian yang terjawab.

b. Pengkodean Data

Mengklasifikan data-data tersebut melalui tahapan koding. Maksudnya bahwa data yang telah di edit tersebut diberi identitas sehingga memiliki arti tertentu pada saat di analisis.

c. Tabulasi (proses pembeberan)

Tabulasi adalah bagian terakhir dari pengolahan data. Maksud tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya.

2). Teknik Analisa Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan metode kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk penganalisaan secara argumentatif berdasarkan data-data bersifat karakteristik atas jawaban kuesioner yang telah diperoleh dari nasabah PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah pekanbaru.

Sedangkan metode kuantitatif digunakan untuk menganalisa secara statistik guna untuk melakukan uji penelitian terhadap data-data yang diperoleh dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dimana proses perhitungannya menggunakan SPSS For Windows 23.0.

Karena angket yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala lima alternatif (skala likert) seperti tabel berikut:

Tabel 5: Alternatif Pilihan Jawaban

NO	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Riduwan, 2014: 21

E. Uji Instrument

Pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah angket, maka angket sebagai instrument penelitian harus diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitas.

1). Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid mempunyai validitas yang tinggi dan sebaliknya tingkat validitasnya rendah maka instrument tersebut akan kurang valid. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur/diinginkan (Sanusi 2014:76)

Metode uji validitas dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item. Skor item adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Jika nilai korelasi r hitung lebih besar dari pada r tabel maka item kuesioner tersebut dinyatakan valid, sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel atau nilai korelasi negatif maka item tidak valid dalam tabel $\alpha = 5\%$ (Priyanto 2016: 53)

2). Uji Reliabilitas

Adalah suatu alat pengukur yang menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu bersamaan atau waktu yang berlainan. Kriteria uji reliabilitas dilakukan dengan cara pengukuran ulang dan belah dua atau pernyataan yang sama diberikan responden yang sama pada waktu yang berbeda.

Skor total pertama dikorelasikan dengan skor total kedua dengan menggunakan *korelasi product moment* . Selanjutnya nilai koefisien korelasi dalam tabel pada tingkat alfa tertentu. jika nilai koefisien korelasi hasil perhitungan lebih besar dari nilai pada tabel, maka disimpulkan bahwa instrument tersebut reliabel. (Sanusi, 2011:81)

F. Uji Asumsi Klasik Model Regresi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual dalam persamaan regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-rata. Nilai residual berdistribusi normal jika digambarkan dalam sebuah grafik akan membentuk gambar lonceng yang kedua sisinya melebar sampai tidak terhingga. Untuk mendeteksi hal ini dapat dilakukan dengan metode grafik.

Pengujian dengan metode analisis grafik dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Dilakukan dengan menggunakan histogram. Dengan menggambarkan variable dependen sebagai sumbu vertical sedangkan nilai residual terstandarisasi digambarkan sebagai sumbu horizontal.
2. Jika histogram *standarizet regression* residual membentuk kurva seperti lonceng maka nilai residual tersebut dinyatakan normal.

Pengujian normalitas dengan analisis grafik merupakan metode yang sangat sederhana karna hanya memerlukan ketelitian dan wawasan yang cukup untuk

mmengana;isa gambar, sehingga tidak melanggar syarat dari metode ini sendiri, maka untuk lebih memastikan dapat digunakan perbandingan nilai yaitu, jika nilai probabilitas lebih besar dari alphanya maka dapat dikatakan normal.

b. Multikolinieritas

Multikolonealitas istilah mula-mula ditemukan oleh Ragnar Frisch. Pada mulanya Multikolonealitas berarti adanya hubungan linear yang “sempurna” atau pasti, diantara semua atau beberapa variabel yang menjelaskan dari model regresi. Istilah kolonealitas (*collinearty*) sendiri berarti hubungan linear tunggal (*single linear relationship*), sedangkan multikolinieritas (*multikoloniarity*) menunjukkan adanya lebih dari satu hubungan linear yang sempurna. Asumsi multikolonearitas adalah asumsi yang menunjukkan adanya hubungan linear yang kuat diantara beberapa variabel *redictor* dalam suatu model regresi linear berganda. Model regresi yang baik memiliki variabel-variabel *redictor* yang independen atau tidak berkolerasi. Penyebab terjadinya multikolineritas adalah terdapat kolerasi atau hubungan linear yang kuat diantara beberapa variabel *redictor* yang dimasukkan kedalam model regresi.

Multikolinieritas digunakan untuk menguji suatu model apakah terjadi hubungan yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel bebas, sehingga sulit untuk memisahkan antara variabel-variabel itu secara individu terhadap variabel terikat. Pengujian ini untuk mengetahui apakah antar variabel bebas dalam persamaan regresi tersebut tidak saling berkolerasi. Untuk

mengetahui multikolinearitas ini dapat dilakukan dengan metode-metode R^2 dan nilai statistik. Uji ini dapat dilakukan sebagai berikut :

1. Membandingkan nilai R^2 dan nilai t statistik
2. Jika nilai R^2 tinggi dan uji V menolak hipotesis nol, tetapi nilai t statistik sangat kecil bahkan tidak memiliki variabel bebas yang signifikan, maka dapat dikatakan terdapat adanya gejala multikoloritas.

Adapun cara untuk mengatasinya adalah :

- a. Menghilangkan satu atau lebih variabel bebas yang memiliki nilai koefisien tertinggi.
- b. Mengurangi hubungan linier antara variabel bebas dengan menggunakan logaritma natural (Ln).

3. Analisis Regresi Berganda

1). Persamaan regresi berganda

Persamaan regresi berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat (Sanusi, 2014: 134-135).

Analisis ini bertujuan: 1) untuk memprediksi nilai variabel dependen apabila nilai variabel-variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan dan 2) untuk mengetahui arah hubungan antara variabel-variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) apakah positif atau negatif.

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7$$

Keterangan :

- X1 = Faktor Pelayanan Prima
- X2 = Faktor Kebudayaan
- X3 = Faktor Sosial
- X4 = Faktor Pribadi
- X5 = Faktor Psikologi
- X6 = Faktor Bauran Pemasaran
- Y = Minat Nasabah
- α = Konstanta
- b = Koefisien Regresi

2). Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t dilakukan untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan antara variabel bebas dan variabel terikat.

- a. Merumuskan hipotesis
- b. Menentukan level of significance $\alpha=0,05$

Kriteria pengujian adalah jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 di terima dan H_a ditolak. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. (Sanusi 2014: 138).

3). Uji-F (Uji Simultan)

Uji-f adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Kriteria pengujiannya adalah jika, $f_{hitung} < f_{tabel} (k,n-k-1)$, maka, H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Jika, $f_{hitung} > f_{tabel} (k,n-k-1)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima ada

pengaruh signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat (Sanusi 2014: 137-138)

4). Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi (R) adalah indeks atau bilangan yang digunakan untuk mengukur derajat hubungan, meliputi kekurangan hubungan dan bentuk/arah hubungan. Fungsi utama dari analisis adalah untuk menentukan seberapa erat hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Ukuran yang menyatakan keamatan hubungan tersebut adalah koefisien korelasi atau sering disebut dengan korelasi pearson (*pearson product moment*). Koefisien korelasi pearson bernilai -1 sampai dengan +1 (Sanusi 2014: 122)

Untuk memberikan interpretasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6 : Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Ridhwan Sunarto (2014: 81)

5). Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Untuk mengukur seberapa besarnya kontribusi variabel X terhadap variabel Y digunakan uji koefisien determinasi kepada berganda (adjusted R²) koefisien determinasi (adjusted R²) adalah besaran yang menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel terikat (Y) yang dapat dipengaruhi oleh variabel (X) (Riduwan, 2010,81)



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah

PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah di dirikan pada tanggal 29 November 2012 dihadapan notaris Hadijah, S.H, M.Kn. di Jakarta yang merupakan anak perusahaan kedua dari PT. Asuransi kredit Indonesia dan secara resmi beroperasi pada tanggal 26 Febuari 2013. Perkembangan perbankan syariah yang pesat dengan tidak adanya dukungan perusahaan penjaminan syariah dalam full *pledge*, menjadi latar belakang berdirinya perseroan. Dengan tujuan mengembangkan ekonomi nasional dan berperan aktif dalam pasar global, perseroan hadir sebagai *pioneer* perusahaan penjaminan pembiayaan berbasis syariah pertama di Indonesia.

Perseroan berkomitmen untuk turut serta melaksanakan dan menunjang kebijakan serta program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional, khususnya penyelenggara usaha di bidang penjaminan berbasis syariah. Didukung sumber daya yang unggul, pelayanan berbasis TI terbaik serta inovasi produk secara berkesinambungan, perseroan memberikan solusi pelayanan penjaminan dan perlindungan finansial yang amanah kepada seluruh nasabah. Bidang perseroan meliputi pembiayaan mikro kecil,

menengah dan komersial berbasis syariah untuk tujuan produktif, konsumtif, dan *project financing*, baik tunai maupun tidak tunai. Sebagai perusahaan penjaminan pembiayaan syariah (*full fledge*) pertama di Indonesia, PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah turut serta melaksanakan dan menunjang kebijaksanaan serta program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional khususnya penyelenggara usaha di bidang penjaminan dengan prinsip syariah serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya perseroan untuk menghasilkan jasa yang bermutu tinggi dengan menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik.

2. Visi Dan Misi PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru

a. Visi

Menjadi perusahaan penjaminan pembiayaan berbasis syariah yang terkemuka sebagai pendukung pengembangan ekonomi nasional dan berperan dalam pasar global.

b. Misi

1. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ekonomi nasional khususnya yang berbasis syariah
2. Memberikan akses kemudahan kepada seluruh pemangku kepentingan bisnis pembiayaan berbasis syariah
3. Memberikan pelayanan penjaminan yang amanah dengan mengutamakan prinsip kehati-hatian untuk dapat memberikan perlindungan finansial kepada pihak terkait

4. Melakukan pengembangan layanan dan inovasi produk secara berkesinambungan untuk meningkatkan nilai perusahaan
5. Melaksanakan tata kelola perusahaan yang menjunjung tinggi nilai-nilai profesionalisme dan integritas

3. Produk PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah

1. Kafalah Pembiayaan

Jasa penjaminan pembiayaan yang diberikan oleh kafil (penjamin) bagi makful anhu (nasabah) dalam upaya memperoleh pembiayaan produktif maupun konsumtif dari makful lahu (bank syariah ataupun lembaga keuangan bukan bank) khususnya yang tidak memenuhi persyaratan teknis bank syariah (kurang agunan)

2. Kafalah Transaksi Perdagangan

Jasa penjaminan transaksi perdagangan yang diberikan oleh kafil yaitu di mana pihak pertama (penjamin/kafil) memberikan jaminan kepada pihak kedua (penerima jaminan/makful lahu) terhadap kemungkinan gagalnya pembayaran sejumlah piutang oleh terjamin/makful anhu sesuai dengan perjanjian berbasis syariah antara penerima jaminan/makful lahu dengan terjamin/makful anhu akibat terjamin mengalami penunggakan pembayaran yang berlarut-larut

3. Kafalah bank garansi

Kafalah bank garansi adalah satu produk ini usaha *suretyship* berbasis syariah yang memberikan jaminan kepada bank penerbit bank

garansi/penerima jaminan (makful lahu) atas kemampuan terjamin (makful anhu) dalam melaksanakan kewajiban sesuai perjanjian pokok antara terjamin dan penjaminan

B. Deskripsi Data

1. Identitas Responden

Identitas responden dalam kegiatan penelitian merupakan suatu yang sangat penting untuk mengetahui jenis kelamin, umur, pendidikan dan jabatan setiap individu yang dijadikan sampel. Identitas responden nantinya akan menjadi pedoman dalam pengambilan kesimpulan hasil penelitian. Berdasarkan apa yang ada dalam angket dapat diidentifikasi karakteristik yaitu jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan responden.

a. Jenis Kelamin

Tabel : Jenis Kelamin Responden PT. Jaminan Pembiayaan Askrido Syariah Pekanbaru

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase
Pria	69	64.8%
Wanita	25	23.6%
Jumlah	94	94

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nasabah yang berjenis kelamin pria lebih banyak dari pasien wanita di PT. Jaminan Pembiayaan Askrido Syariah Pekanbaru yaitu berjumlah 69 orang atau 64.8% sedangkan wanita berjumlah 25 orang atau sebesar 23.6%

b. Umur

Tabel 8 : Umur Responden PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru

Tingkat Umur	Jumlah (Orang)	Persentase
<17	0	0%
17-29	5	4.7%
30-39	26	24.4%
40-49	43	40.4%
>50	24	22.5%
Jumlah	94	94

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui tingkat umur nasabah PT. Jaminan Askrindo Syariah Pekanbaru lebih banyak berumur 40-49 yaitu berjumlah 43 orang atau 40.4%.

c. Pendidikan

Tabel 9 : Jenis Pendidikan Responden PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase
SD/MI	0	0%
SMP/MTS	0	0%
SMA/SMK	69	64.8%
Akademik/Diploma	15	14.1%
Sarjana	7	6.5%
Pasca Sarjana	3	2.8%
Jumlah	94	94

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan nasabah PT. jaminan pembiayaan askrindo syariah pekanbaru. sebagian besar adalah SMA/SMK yaitu berjumlah 69 orang atau sebesar 64.8%.

d. Pekerjaan

Tabel 10 : Jenis Pekerjaan Responden PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru

Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	0	0%
PNS	3	2.8%
Pegawai Swasta	6	5.6%
TNI/Polri	0	0%
Wiraswasta	74	69.5%
Lain-Lian	11	10.3%
Jumlah	94	94

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa PT. jaminan pembiayaan askrindo syariah yang paling banyak adalah Wiraswasta yaitu 74 orang atau sebesar 69.5%.

e. Penghasilan

Tabel 11 : Jenis Penghasilan Responden PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru

Jenis Penghasilan (Rp)	Jumlah (Orang)	Persentase
2.557.486	3	2.8%
2.500.000-3.000.000	15	14.1%
3.000.000-5.000.000	26	24.4%
5.000.000-7.000.000	40	37.6%
7.000.000-10.000.000	8	7.5%
>10.000.000	2	1.8%
Jumlah	94	94

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nasabah PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru lebih banyak berpenghasilan 7.000.000-1000.000 yaitu 40 orang atau sebesar 37.6 %.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Bergabung Pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru.

Dari hasil penelitian mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan nasabah bergabung pada JL. Teuku Umar No. 18 A Pekanbaru yang mana mencakup tentang indikator pengambilan keputusan.

Unsur faktor-faktor pengambilan keputusan terdiri dari pelayanan prima, kebudayaan, sosial, pribadi, psikologis, bauran pemasaran dan pengambilan keputusan pasien. Adapun tanggapan nasabah tentang pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan Nasabah Bergabung Pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru yang sudah direkap sesuai dengan perhitungan angket pelayanan prima (X) yang dijelaskan pada tabel berikut :

a. Pelayanan prima

Yang termasuk dalam faktor pelayanan prima adalah sikap, perhatian, tindakan, dan antisipasi.

Tabel 12: Rekapitulasi Data Angket Variabel Pelayanan Prima (XI)

No	Pernyataan	Rekapitulasi Perhitungan Data Angket					
		SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1	1	33	40	18	3	0	94
2	2	17	45	28	4	0	94
3	3	28	35	23	8	0	94
4	4	29	31	30	4	0	94
5	5	25	31	33	5	0	94
Jumlah		132	182	132	24	0	470
Nilai Skor		5	4	3	2	1	

Total Skor	660	728	396	48	0	
Grand Total Skor						1832
Rata-rata Skor						366.4
Persentase	36.03	39.74	21.62	2.61	0	

Sumber : Data Olahan 2020

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat dilihat bahwa butir pernyataan yang paling dominan adalah setuju dengan persentase 39.74 % selanjutnya sangat setuju dengan persentase 36.03 %, netral dengan persentase 21.62 %, tidak setuju dengan persentase 2,62%, sedangkan sangat tidak setuju dengan persentase 0% dengan butir-butir pernyataan dari variabel pelayanan prima (X1) yaitu 5 pernyataan.

b. Faktor Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang, yang termasuk dalam faktor kebudayaan adalah budaya, subbudaya dan kelas sosial.

Tabel 12: Rekapitulasi Data Angket Variabel Kebudayaan (X2)

No	Pernyataan	Rekapitulasi Perhitungan Data Angket					
		SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1	6	30	26	31	7	0	94
2	7	19	39	33	3	0	94
3	8	26	35	27	5	0	94
4	9	20	47	23	4	0	94
5	10	13	51	25	5	0	94
Jumlah		108	198	139	24	0	469
Nilai Skor		5	4	3	2	1	

Total Skor	540	792	417	48	0	
Grand Total Skor						1797
Rata-rata Skor						359.4
Persentase	30.05	44.07	23.20	2.67	0	

Sumber : Data Olahan 2020

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat dilihat bahwa butir pernyataan yang paling dominan adalah setuju dengan persentase 44.07 % selanjutnya sangat setuju dengan persentase 30.05 %, netral dengan persentase 23.20 %, tidak setuju dengan persentase 2.67 %, sedangkan sangat tidak setuju dengan persentase 0% dengan butir-butir pernyataan dari variabel kebudayaan (X2) yaitu 5 pernyataan.

c. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan sekelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung, yang termasuk dalam faktor sosial adalah keluarga, masyarakat, status dan pendidikan

Tabel 12: Rekapitulasi Data Angket Variabel Sosial (X3)

No	Pernyataan	Rekapitulasi Perhitungan Data Angket					
		SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1	11	20	35	33	6	0	94
2	12	33	40	18	3	0	94
3	13	12	64	14	4	0	94
4	14	16	42	29	6	0	94

5	15	13	58	14	4	0	94
Jumlah		94	239	108	23	0	470
Nilai Skor		5	4	3	2	1	
Total Skor		470	980	324	46	0	
Grand Total Skor							1.820
Rata-rata Skor							364
Persentase		25.82	53.84	17.80	2.52	0	

Sumber : Data Olahan 2020

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat dilihat bahwa butir pernyataan yang paling dominan adalah setuju dengan persentase 53.84 % selanjutnya sangat setuju dengan persentase 25.82 %, netral dengan persentase 17.80 %, tidak setuju dengan persentase 0%, sedangkan sangat tidak setuju dengan persentase 0 % dengan butir-butir pernyataan dari variabel sosial (X3) yaitu 5 pernyataan.

d. Faktor Pribadi

Faktor yang termasuk dalam faktor pribadi adalah usia dan siklus hidup, pekerjaan, gaya hidup dan kepribadian seseorang.

Tabel 12: Rekapitulasi Data Angket Variabel Pribadi (X4)

No	Pernyataan	Rekapitulasi Perhitungan Data Angket					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	16	17	35	36	5	1	94
2	17	17	37	34	5	1	94
3	18	15	44	26	9	0	94
4	19	19	38	33	4	0	94
5	20	20	35	30	9	0	94
Jumlah		88	189	159	32	2	470
Nilai Skor		5	4	3	2	1	

Total Skor	440	756	477	64	2	
Grand Total Skor						1.739
Rata-rata Skor						347
Persentase	25.30	43.47	27.43	3.68	0.11	

Sumber : Data Olahan 2020

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat dilihat bahwa butir pernyataan yang paling dominan adalah setuju dengan persentase 43.47 % selanjutnya netral dengan persentase 27.43 %, sangat setuju dengan persentase 25.30 %, tidak setuju dengan persentase 3.68 %, sedangkan sangat tidak setuju dengan persentase 0.11 % dengan butir-butir pernyataan dari variabel pribadi (X4) yaitu 5 pernyataan.

e. Faktor Psikologi

Yang termasuk dalam faktor psikologi adalah motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap.

Tabel 12: Rekapitulasi Data Angket Variabel Psikologi (X5)

No	Pernyataan	Rekapitulasi Perhitungan Data Angket					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	21	10	44	35	5	0	94
2	22	17	51	22	4	0	94
3	23	15	39	34	6	0	94
4	24	24	53	21	6	0	94
5	25	17	56	21	0	0	94
Jumlah		73	243	133	21	0	470
Nilai Skor		5	4	3	2	1	
Total Skor		365	972	399	42	0	

Grand Total Skor						1.778
Rata-rata Skor						355
Persentase	20.53	54.66	22.44	2.36	0	

Sumber : Data Olahan 2020

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat dilihat bahwa butir pernyataan yang paling dominan adalah setuju dengan persentase 54.66 % selanjutnya netral dengan persentase 22.44 %, sangat setuju dengan persentase 20.53 %, tidak setuju dengan persentase 2.36 %, sedangkan sangat tidak setuju dengan persentase 0 % dengan butir-butir pernyataan dari variabel psikologis (X5) yaitu 5 pernyataan.

f. Faktor Bauran Pemasaran Jasa

Bauran pemasaran adalah strategi atau alat yang digunakan suatu perusahaan memasarkan produk jasanya kepada calon konsumen yang perlu dipertimbangkan agar dapat berjalan sukses, adapun yang termasuk dalam bauran pemasaran jasa adalah produk, promosi, harga dan saluran distribusi.

Tabel 12: Rekapitulasi Data Angket Variabel Bauran Pemasaran jasa (X6)

No	Pernyataan	Rekapitulasi Perhitungan Data Angket					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	26	13	40	39	2	0	94
2	27	13	51	28	2	0	94
3	28	18	55	19	2	0	94
4	29	21	48	23	2	0	94
5	30	20	48	21	5	0	94
Jumlah		85	242	136	13	0	449
Nilai Skor		5	4	3	2	1	

Total Skor	425	968	408	26	0	
Grand Total Skor						1.827
Rata-rata Skor						365
Persentase	23.26	52.98	22.33	1.42	0	

Sumber : Data Olahan 2020

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat dilihat bahwa butir pernyataan yang paling dominan adalah setuju dengan persentase 52.98 % selanjutnya sangat setuju dengan persentase 23.26 %, netral dengan persentase 22.33 %, tidak setuju dengan persentase 1.42 %, sedangkan sangat tidak setuju dengan persentase 0 % dengan butir-butir pernyataan dari variabel bauran pemasaran (X6) yaitu 5 pernyataan.

g. Pengambilan Keputusan

Berikut ini rekapitulasi angket pengambilan keputusan (Y) yang akan dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 18: Rekapitulasi Perhitungan Data Angket Pengambilan Keputusan (Y)

No	Pernyataan	Rekapitulasi Perhitungan Data Angket					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	31	15	47	24	8	0	94
2	32	15	43	30	5	1	94
3	33	15	50	25	4	0	94
4	34	16	47	26	5	0	94
5	35	14	53	21	6	0	94
6	36	14	50	23	7	0	94
7	37	15	28	35	14	2	94
8	38	19	35	27	13	0	94
9	39	13	57	22	2	0	94
10	40	19	35	27	13	0	94

Jumlah	155	445	260	77	3	940
Nilai Skor	5	4	3	2	1	
Total Skor	775	1.780	780	154	3	
Grand Total Skor						3.492
Rata-rata Skor Penelitian						349
Persentase	22.19	50.97	22.34	4.41	0,08	

Sumber : Data Olahan 2020

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat dilihat bahwa butir pernyataan yang paling dominan adalah setuju dengan persentase 50.97 % selanjutnya netral dengan persentase 22.34 %, sangat setuju dengan persentase 22.19 %, tidak setuju dengan persentase 4.41 %, sedangkan sangat tidak setuju dengan persentase 0,08 % dengan butir-butir pernyataan dari variabel Pengambilan Keputusan (Y) yaitu 10 pernyataan.

C. Analisis Data

1. Uji Instrumen

Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 yaitu :

a. Uji Validitas

Pengukuran validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Corrected Item-Total Correlation* dengan taraf signifikan 5 ($\alpha=0,05$) artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.

Tabel 19 : Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation (r Hitung)</i>	R tabel $\alpha=0,05$	Keterangan Hasil
X1	Item 1	0.508	0,202	Valid
	Item 2	0.470	0,202	Valid
	Item 3	0.203	0,202	Valid
	Item 4	0.361	0,202	Valid
	Item 5	0.302	0,202	Valid
X2	Item 6	0.379	0,202	Valid
	Item 7	0.318	0,202	Valid
	Item 8	0.377	0,202	Valid
	Item 9	0.320	0,202	Valid
	Item 10	0.593	0,202	Valid
X3	Item 11	0.678	0,202	Valid
	Item 12	0.508	0,202	Valid
	Item 13	0.449	0,202	Valid
	Item 14	0.268	0,202	Valid
	Item 15	0.604	0,202	Valid
X4	Item 16	0.407	0,202	Valid
	Item 17	0.571	0,202	Valid
	Item 18	0.315	0,202	Valid
	Item 19	0.282	0,202	Valid
	Item 20	0.450	0,202	Valid
X5	Item 21	0.540	0,202	Valid
	Item 22	0.470	0,202	Valid
	Item 23	0.399	0,202	Valid
	Item 24	0.552	0,202	Valid
	Item 25	0.585	0,202	Valid
X6	Item 26	0.396	0,202	Valid
	Item 27	0.563	0,202	Valid
	Item 28	0.535	0,202	Valid
	Item 29	0.433	0,202	Valid
	Item 30	0.514	0,202	Valid
Y	Item 31	0.476	0,202	Valid
	Item 32	0.539	0,202	Valid
	Item 33	0.590	0,202	Valid
	Item 34	0.658	0,202	Valid
	Item 35	0.552	0,202	Valid

	Item 36	0.612	0,202	Valid
	Item 37	0.640	0,202	Valid
	Item 38	0.717	0,202	Valid
	Item 39	0.563	0,202	Valid
	Item 40	0.717	0,202	Valid

sumber: Data Olahan SPSS Versi 23.0

Jika r hitung $>$ r tabel maka item-item pernyataan dinyatakan valid. Dan jika r hitung $<$ r tabel maka item-item pernyataan dinyatakan tidak valid.

Diketahui nilai r tabel sebesar 0,202 (lihat tabel r) dan nilai ini dibandingkan dengan nilai r hitung. Nilai r hitung dalam uji ini adalah pada kolom *Item-Total Statistics (Corrected Item-Total Correlation)*. Dan dari tabel diatas menunjukkan bahwa butir pernyataan mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari r tabel. Sehingga seluruh item-item variabel dinyatakan valid dan layak untuk dianalisis.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan teknik *Cronbach Alpha* dimana instrumen dapat dikatakan handal atau reliabel bila memiliki koefisien kehandalan sebesar $>0,6$. Reliabilitas ini akan dilakukan pada butir-butir pernyataan yang telah memiliki kevalidan pada uji validitas sebelumnya. Dan jumlah butir pernyataan yang dapat diuji pada uji reliabilitas ini sebanyak 40 butir. Dimana hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 20 : Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item Pernyataan	<i>Corrected Alpha-Item Deleted (r Hitung)</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan Hasil
X1	Item 1	0.928	0,6	Reliabel
	Item 2	0.928	0,6	Reliabel
	Item 3	0.931	0,6	Reliabel
	Item 4	0.929	0,6	Reliabel
	Item 5	0.930	0,6	Reliabel
X2	Item 6	0.929	0,6	Reliabel
	Item 7	0.930	0,6	Reliabel
	Item 8	0.929	0,6	Reliabel
	Item 9	0.930	0,6	Reliabel
	Item 10	0.927	0,6	Reliabel
X3	Item 11	0.926	0,6	Reliabel
	Item 12	0.928	0,6	Reliabel
	Item 13	0.928	0,6	Reliabel
	Item 14	0.930	0,6	Reliabel
	Item 15	0.927	0,6	Reliabel
X4	Item 16	0.929	0,6	Reliabel
	Item 17	0.927	0,6	Reliabel
	Item 18	0.930	0,6	Reliabel
	Item 19	0.930	0,6	Reliabel
	Item 20	0.928	0,6	Reliabel
X5	Item 21	0.928	0,6	Reliabel
	Item 22	0.928	0,6	Reliabel
	Item 23	0.929	0,6	Reliabel
	Item 24	0.927	0,6	Reliabel
	Item 25	0.927	0,6	Reliabel
X6	Item 26	0.929	0,6	Reliabel
	Item 27	0.928	0,6	Reliabel
	Item 28	0.928	0,6	Reliabel
	Item 29	0.929	0,6	Reliabel
	Item 30	0.928	0,6	Reliabel
Y	Item 31	0.928	0,6	Reliabel
	Item 32	0.928	0,6	Reliabel
	Item 33	0.927	0,6	Reliabel
	Item 34	0.926	0,6	Reliabel
	Item 35	0.927	0,6	Reliabel

	Item 36	0.927	0,6	Reliabel
	Item 37	0.926	0,6	Reliabel
	Item 38	0.926	0,6	Reliabel
	Item 39	0.928	0,6	Reliabel
	Item 40	0.926	0,6	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 23.0

Berdasarkan uji validitas dengan menggunakan korelasi *product moment* dan uji reliabelitas menggunakan *cronbach's alpha* diatas dapat disimpulkan bahwa 40 butir pernyataan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru dinyatakan valid dan reliabel untuk mengukur variabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik umumnya dilakukan terhadap regresi yang memiliki 2 atau lebih variabel penjelas. Uji asumsi klasik ini terdiri dari empat pengujian yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Autokorelasi, dan Uji Heteroskedastisitas. Pengujianasumsi klasik ini telah dilakukan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalisbertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikan) > 0,05 sedangkan data distribusi tidak normal, jika nilai sig (signifikan < 0,05. Untuk melihat uji normalis dengan menggunakan *SPSS for Windows Versi 23.0* maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 19 : Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.60034514
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.040
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

sumber : Data Olahan SPSS Versi 23.0

Berdasarkan hasil output tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikan Asymp. Sig sebesar 0,200 lebih dari 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa data distribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji ada tidaknya hubungan atau korelasi antara variabel independen dan variabel dependen, dan dapat diketahui atau dideteksi dengan memanfaatkan statistik korelasi *Variance Inflation Factor* (VIF). VIF dalam hal ini merupakan suatu harga koefisien statistik yang menunjukkan pada *Collinearity*.

Untuk melihat uji multikolinieritas dengan menggunakan *SPSS for Windows Versi 23.0* maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 20 : Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-11.484	2.751			
PELAYANAN PRIMA	.305	.139	.182	.580	1.726
KEBUDAYAAN	.420	.134	.187	.629	1.590
SOSIAL	.508	.151	.236	.455	2.200
PRIBADI	.224	.125	.108	.616	1.622
PSIKOLOGI	.444	.176	.191	.390	2.566
BAURAN	.946	.156	.402	.511	1.957
PEMASARAN					

Sumber : Olahan Data Spss Versi 23.0

Berdasarkan hasil output tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai toleransi masing-masing variabel $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 . Maka, dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel terbebas dari multikolinieritas.

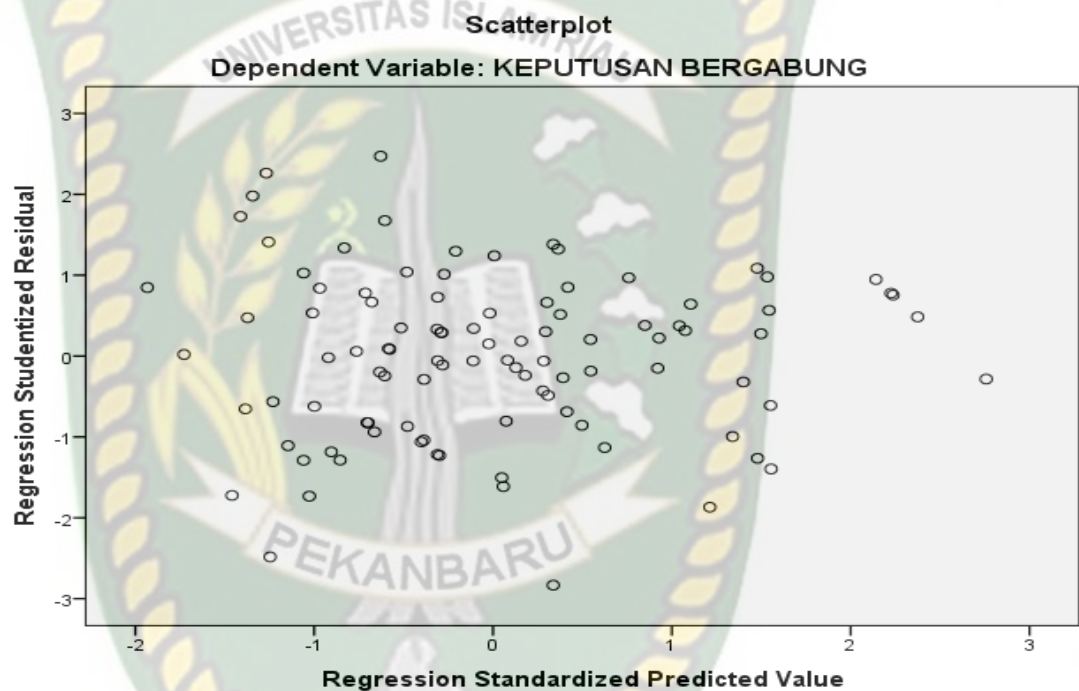
c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dalam model regresi dapat dilihat pada grafik *scatterplot*. Jika titik pada grafik

menyebar tidak berbentuk pada pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk melihat uji heteroskedastisitas dengan menggunakan *SPSS for Windows Versi 23.0* yang dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 3 : Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Olahan SPSS Versi 23.0

Berdasarkan gambar diatas terlihat titik-titik yang menyebar tidak membentuk pola tertentu. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini ada 5 (lima) yaitu :

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda melalui *SPSS for Windows versi 23,0* maka diperoleh nilai-nilai untuk variabel dan variabel terikat dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 21 : Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	-11,484	2,751	
PELAYANAN PRIMA	.305	.139	.182
KEBUADAYAAN	.420	.134	.187
SOSIAL	.508	.151	.236
PRIBADI	.224	.125	.108
PSIKOLOGI	.444	.176	.191
BAURAN PEMASARAN	.946	.156	.402

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 23,0

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

$$Y = -11,484 + 0,305X_1 + 0,420X_2 + 0,508X_3 + 0,224X_4 + 0,444X_5 + 0,946X_6$$

Arti angka-angka dalam persamaan regresi diatas adalah;

- a. Nilai konstanta (a) sebesar -11.484 . Artinya adalah apabila pelayanan prima, Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Psikologis, Bauran Pemasaran diasumsikan nol (0), maka Pengambilan Keputusan (Y) bernilai -11.484 .
- b. Nilai koefisien regresi linier variabel pelayanan prima (X_1) sebesar $0,305$., Artinya adalah bahwa setiap peningkatan Faktor pelayanan prima sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Pengambilan Keputusan (Y) sebesar $0,182$ dengan asumsi variabel X_2, X_3, X_4, X_5, X_6 tetap.
- c. Nilai koefisien regresi linier variabel kebudayaan (X_2) sebesar $0,420$. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan Faktor kebudayaan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Pengambilan Keputusan (Y) sebesar $0,187$ dengan asumsi variabel X_1, X_3, X_4, X_5, X_6 tetap.
- d. Nilai koefisien regresi linier variabel sosial (X_3) sebesar $0,508$. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan Faktor sosial sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Pengambilan Keputusan (Y) sebesar $0,236$ dengan asumsi variabel X_1, X_2, X_4, X_5, X_6 tetap.
- e. Nilai koefisien regresi linier variabel Pribadi (X_4) sebesar $0,224$. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan Faktor Pribadi sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Pengambilan Keputusan (Y) sebesar $0,108$ dengan asumsi variabel X_1, X_2, X_3, X_5, X_6 tetap.

f. Nilai koefisien regresi linier variable psikologi (X_5) sebesar 0,444. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan Faktor psikologi sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Pengambilan Keputusan Pasien (Y) sebesar 0,191 dengan asumsi variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_6 tetap.

g. Nilai koefisien regresi linier variabel Bauran Pemasaran (X_6) sebesar 0,946. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan Faktor Bauran pemasaran sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Pengambilan Keputusan (Y) sebesar 0,402 dengan asumsi variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 tetap.

2) Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t dilakukan untuk mengetahui faktor yang mana yang paling dominan antara variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan Uji Parsial (Uji-t) dengan menggunakan bantuan komputer program *SPSS for Windows versi 22,0* maka dapat dilihat tabel dibawah ini.

Tabel 22 : Perhitungan Uji-t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-11.484	2.751		-4.174	.000
PELAYANAN PRIMA	.305	.139	.182	2.236	.017
KEBUADAYAAN	.420	.134	.187	3.131	.002

SOSIAL	.508	.151	.236	3.362	.001
PRIBADI	.224	.125	.108	1.793	.026
PSIKOLOGI	.444	.176	.191	2.520	.013
BAURAN PEMASARAN	.946	.156	.402	6.075	.000

Dari hasil pengolahan diatas dapat diketahui bahwa:

1. Nilai t_{hitung} variabel pelayanan prima (X1) sebesar 2.236 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,662 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan sebesar 87 ($dk=n-k-1(94-6 -1)$) maka akan terlihat bahwa : $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2.236 > 1,662$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak dengan tingkat signifikan sebesar 0,05, dimana nilai (Sig) sebesar $0,017 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara Pelayanan Prima terhadap Pengambilan Keputusan nasabah PT. jaminan pembiayaan askrindo syariah pekanbaru.
2. Nilai t_{hitung} variabel kebudayaan (X2) sebesar 3.131 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,662 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan sebesar 87 ($dk=n-k-1(94-6 -1)$) maka akan terlihat bahwa : $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3.131 > 1,662$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak dengan tingkat signifikan sebesar 0,05, dimana nilai (Sig) sebesar $0,002 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kebudayaan terhadap Pengambilan Keputusan nasabah PT. jaminan pembiayaan askrindo syariah pekanbaru.

3. Nilai t_{hitung} variabel Sosial (X3) sebesar 3.362 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,662 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan sebesar 87 ($dk=n-k-1(100-6 -1)$) maka akan terlihat bahwa : $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3.362 > 1,662$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak dengan tingkat signifikan sebesar 0,05, dimana nilai (Sig) sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Sosial terhadap Pengambilan Keputusan nasabah PT. jaminan pembiayaan askrindo syariah Pekanbaru.
4. Nilai t_{hitung} variabel Pribadi (X4) sebesar 1.793 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,662 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan sebesar 87 ($dk=n-k-1(94-6 -1)$) maka akan terlihat bahwa : $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $1.793 > 1,662$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak dengan tingkat signifikan sebesar 0,05, dimana nilai (Sig) sebesar $0,026 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara Pribadi terhadap Pengambilan Keputusan nasabah PT. jaminan pembiayaan askrindo syariah pekanbaru.
5. Nilai t_{hitung} variabel psikologi (X5) sebesar 2.520 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,662 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan sebesar 87 ($dk=n-k-1(94-6 -1)$) maka akan terlihat bahwa : $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $2.520 < 1,662$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima dengan tingkat signifikan sebesar 0,05, dimana nilai (Sig) sebesar $0,013 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang tidak

signifikan antara Psikologis terhadap Pengambilan Keputusan nasabah PT. jaminan pembiayaan askrindo syariah pekanbaru.

6. Nilai t_{hitung} variabel Bauran Pemasaran (X_6) sebesar 6,075 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,662 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan sebesar 87 ($dk=n-k-1(94-6-1)$) maka akan terlihat bahwa : $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $6,075 > 1,662$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak dengan tingkat signifikan sebesar 0,05, dimana nilai (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Bauran Pemasaran terhadap Pengambilan Keputusan nasabah PT. jaminan pembiayaan askrindo syariah pekanbaru.
7. Maka secara parsial dapat diketahui bahwa variabel bebas yang mempunyai pengaruh paling dominan mempengaruhi Pengambilan Keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah adalah faktor Bauran Pemasaran (X_6) sebesar 6,075.

3) Uji Simultan (Uji-F)

Uji-F digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil pengujian Uji-F tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 23 : Perhitungan Uji-F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2550.742	8	425.124	59.061	.000 ^b
Residual	669.418	93	7.198		
Total	3220.160	99			

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 23,0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 59.061, sedangkan F_{tabel} pada taraf signifikan (α) 5 dengan df 1 sebesar 5 ($k-1=6-1$), df 2 sebesar 93 ($n-k-1=100-6-1$)), maka F_{tabel} diperoleh sebesar 2,31 .

Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $59.061 > 2,31$ yang berarti bahwa Hal ini menunjukkan bahwa H_a Diterima dan H_o ditolak. Artinya adalah bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari variabel independen (Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Psikologi, Kualitas Jasa dan Bauran Pemasaran) secara bersama-sama, dimana nilai nya sebesar 59.061.

4) Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan koefisien korelasi dengan menggunakan bantuan komputer program *SPSS for Windwos versi 23,0* maka dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 24: Analisis Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.890 ^a	.792	.779	2.683

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 23.0

Nilai R Menunjukkan korelasi ganda antara variabel independen dengan variabel dependen. Dari tabel diatas dapat diketahui nilai R sebesar 0,890 atau sebesar 89,0%. Artinya adalah bahwa korelasi antara variabel X (Pelayanan prima, Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Psikologi dan Bauran Pemasaran) dengan variabel Y (Pengambilan Keputusan) memiliki hubungan yang sangat kuat.

5) Koefisien Determinasi

Diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0.779. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (Pelayanan Prima, Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Psikologi dan Bauran Pemasaran) terhadap variabel dependen (Pengambilan Keputusan) adalah sebesar 77,9%, sedangkan sisanya sebesar 22.1 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

A. Pembahasan Hasil Temuan

Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru yang terdiri dari Faktor pelayanan prima, Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Psikologi, Bauran Pemasaran.

Dan berdasarkan hasil hipotesis diketahui bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan prima terhadap Pengambilan Keputusan nasabah. Hal ini dapat diketahui dari nilai t_{hitung} (2.236) lebih besar dari t_{tabel} (1,662).
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kebudayaan terhadap Pengambilan Keputusan nasabah. Hal ini dapat diketahui dari nilai t_{hitung} (3.131) lebih besar dari t_{tabel} (1,662).
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara sosial terhadap Pengambilan Keputusan nasabah. Hal ini dapat diketahui dari nilai t_{hitung} (3.362) lebih besar dari t_{tabel} (1,662).
4. terdapat pengaruh yang signifikan antara pribadi terhadap Pengambilan Keputusan nasabah. Hal ini dapat diketahui dari nilai t_{hitung} (1.793) lebih kecil dari t_{tabel} (1,662).
5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara psikologi terhadap Pengambilan Keputusan nasabah. Hal ini dapat diketahui dari nilai t_{hitung} (2.520) lebih besar dari t_{tabel} (1,662).
6. Terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran terhadap Pengambilan Keputusan nasabah. Hal ini dapat diketahui dari nilai t_{hitung} (6.075) lebih besar dari t_{tabel} (1,662).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ali Mujini (2019) yang berjudul faktor faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pasien memilih pelayanan kesehatan di rumah sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru. Dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa variabel bauran

pemasaran berpengaruh positif terhadap keputusan pasien memilih pelayanan kesehatan di rumah sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru . Artinya bauran pesan pada pasien memiliki peran penting dalam hal menarik pasien untuk memilih pelayanan, semangkin bagusya tampilan dan kualitas suatu bauran pemasaran , maka semangkin besar pula keputusan pasien dalam memilih pelayanan kesehatan di rumah sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru.

Maka secara parsial dapat diketahui bahwa variabel bebas yang mempunyai pengaruh paling dominan mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah PT. jaminan pembiayaan askrindo syariah Pekanbaru adalah faktor Bauran Pemasaran (X_6) sebesar 6,075.

Nilai R Menunjukkan korelasi ganda antara variabel independen dengan variabel dependen. Dari tabel diatas dapat diketahui nilai R sebesar 0,890 atau sebesar 89,0%. Artinya adalah bahwa korelasi antara variabel X (Pelayanan prima, Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Psikologi dan Bauran Pemasaran) dengan variabel Y (Pengambilan Keputusan) memiliki hubungan yang sangat kuat.

Diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0.779. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (Pelayanan Prima, Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Psikologi dan Bauran Pemasaran) terhadap variabel dependen (Pengambilan Keputusan) adalah sebesar 82,8%, sedangkan sisanya sebesar 17,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya yang membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru, maka penulis dapat menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Faktor Pelayanan prima (X1), faktor kebudayaan (X2), faktor social (X3), faktor pribadi (X4), faktor psikologi (X5), dan faktor bauran pemasaran (X6), secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru hal ini dapat dari hasil analisis data dalam penelitian ini setiap variabel pada penelitian ini berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah bergabung PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru .
- 2) Secara simultan faktor pelayanan prima (X1), faktor kebudayaan (X2), faktor sosial (X3), faktor pribadi (X4), faktor psikologi (X5), dan faktor bauran pemasaran (X6) berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru .

- 3) Variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru adalah variabel bauran pemasaran sebesar 6.075, hal pertama yang diperhatikan nasabah adalah harga yang di tawarkan untuk memperoleh produk dan jasa asuransi askrindo syariah, dikarenakan apabila harga ditetapkan tidak sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan maka akan mempengaruhi keputusan nasabah bergabung .
- 4) Sedangkan koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara faktor-faktor tersebut dengan Pengambilan Keputusan nasabah.
- 5) Dan terakhir, koefisien determinasi menunjukkan adanya kontribusi yang besar antara faktor-faktor tersebut dengan Pengambilan Keputusan nasabah.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat penulis berikan diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) Diharapkan PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru mampu meningkatkan nilai jual dan daya tarik nasabah dengan mempertimbangkan usia, pekerjaan, pendapatan, dan gaya hidup yang menjadi alasan nasabah bergabung pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru
- 2) PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru sebaiknya mensosialisasi sistem syariah kepada ke semua lapisan masyarakat agar

masyarakat dapat membedakan antara rumah asuransi konvensional dan asuransi Islam, misalnya dengan cara membuat seminar dan roadshow.

- 3) Sebaiknya PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru lebih dapat meyakinkan nasabah, sehingga tingkat kepercayaan nasabah makin meningkat, salah satunya dengan cara memberikan pengarahannya yang lebih jelas kepada nasabah supaya tidak ada terjadi kekeliruan pemahaman.
- 4) PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Pekanbaru senantiasa menjaga kualitas pelayanan agar kepuasan nasabah tetap terjaga dengan baik. Karena nasabah yang puas akan berbagi kepuasan dengan penyedia jasa. Bahkan, nasabah akan berbagi rasa dan pengalaman dengan nasabah lain.
- 5) Bagi peneliti selanjutnya, agar menggunakan analisis yang berbeda yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah untuk lebih memperluas pengetahuan dan wawasan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Buku :

- Amrin, Abdullah, 2011, *Meraih Berkah Melalui Asuransi Syariah*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Amin, Ma'ruf 2007, *Prospek Cerah Perbankan Syariah*, Jakarta Selatan.
- Buchari, Alma, 2011, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Departemen Agama RI, 2003, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, CV. Penerbit Fajar
- Departemen Pendidikan Nasional, 2008, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Djaali, 2008, *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*, PT Bumi Aksara, Yogyakarta.
- Ganie, Junaedy, 2010, *Hukum Asuransi Indonesia*, Sinar Grafika. Jakarta
- Mondy, R. Wayne, 2008, *Manajemen SDM Jilid 1*. Yogyakarta.
- _____, 2008, *Manajemen Bank Syariah*, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Mardani, Ayat-Ayat dan Hadist Ekonomi Syariah, 2014, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Puspita, Novi 2015, *Manajemen Asuransi Syariah*, UII Press, Yogyakarta
- Priyatno, Duwi. 2016, *SPSS Handbook, Analisis Data, Olah Data, & Penyelesaian Kasus-Kasus Statistik*, mediakom, Jakarta.
- Saharuddin, Desmadi, *Pembayaran Ganti Rugi Pada Asuransi Syariaah*, prenada media Grup, Jakarta
- Sekaran, Uma, 2007, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, PT. Salemba Empat, Jakarta
- Sudaryono, 2016, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Cv Andi Offset, Yogyakarta

Sholihin, Ahmad Ifham, 2008, *Ekonomi Syariah*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Sanusi, Anwar, 2012, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta Selatan.

Setiadi, Nugroho J, 2008. *Prilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Kencana, Jakarta

Waldi, Nopriansyah, *Asuransi Syariah Berkah Terakhir Yang Tak Terduga*, Yogyakarta, C.V Andi Offset

Yaya, Rizal, dkk, 2009, *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*, Salemba Empat, Jakarta.

Zainuddin, Ali, 2008, *Hukum Asuransi Syariah*, Jakarta, Sinar Grafika

Jurnal :

Rina Rachmawati. 2011. Peranan Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Nominal*. Vol 2. No. 73

Lolyta Permata. 2016. Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kualitas Pelayanan Klaim Pada PT. Prudential Life Assurance Pru Future Team Syariah. Pekanbaru *Jurnal Nominal* Vol 13.No 2

Putri Ade. 2018. Analisis Perbandingan Efisiensi Pada Perusahaan Jasa Asuransi Umum Syariah dan Konvensional di Indonesia Dengan Pendekatan Two-Stage Data Envelopment Analysis *Jurnal Nominal* Vol 29.No 2

Zulkifli, 2018. Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah Unit Tanah Merah Cabang Pegadaian Soebrantas, *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*. Vol 2

Boy Syamsul Bakhri, Zulkifli Rusby, Syahrul Rozi. 2017 Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Tamu Pada Wisma Graha Az-Zahra Pekanbaru, *Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan*. Vol 14

Skripsi :

Rismaini. 2016, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Bergabung Pada PT Takaful Keluarga RO Riau Agency*. Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Riau.

Yessy Rossiana. 2017, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Berasuransi Syariah (Studi Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah*

*Bumiputra Cabang Pontianak, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam,
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.*

Undang-Undang :

Republik Indonesia, 1992, Undang-Undang No.2 Tentang Usaha Perasuransian Jo.
Undang-Undang No. 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian.

_____, 1999 Undang-Undang No 63 Tentang Penyelenggaraan
Perasuransian, Peraturan Jasa Keuangan, No. 69/POJK.05/2016 Tentang
Penyelenggaraan Usaha Perusahaan Asuransi, Perusahaan Asuransi Syariah,
Perusahaan Reasuransi dan Perusahaan Reasuransi Syariah.

Peraturan Menteri Keuangan No. 11 Tahun 2011 Tentang Kesehatan Keuangan
Usaha Asuransi dan Usaha Reasuransi Dengan Prinsip Syariah.

