

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
PROFIT SHARING DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MEMILIH PRODUK SIAGAKOE
PADA NASABAH PERUSAHAAN
BUMIDA CABANG SERANG**

Oleh :

Budi Sudrajat dan Juwairiyah

Program Studi Asuransi Syariah, FEBI UIN Sultan
Maulana Hasanuddin Banten

Abstrak

Keberhasilan sistem dalam asuransi syariah didukung oleh kualitas dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut, sehingga faktor-faktor pengambilan keputusan dari nasabah dalam menggunakan asuransi syariah sangat penting diperhatikan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut. Faktor-faktor masyarakat dalam menggunakan jasa layanan asuransi adalah pelayanan, profit sharing dan promosi. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1). Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk siagakoe? 2). Bagaimana pengaruh profit sharing terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk siagakoe?; 3). Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk siagakoe?; 4). Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, profit sharing, dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk

siagakoe? Tujuan penelitian ini adalah 1). Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk siagakoe ; 2). Untuk mengetahui profit sharing terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk siagakoe ; 3). Untuk mengetahui promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk siagakoe ; 4). Untuk mengetahui kualitas pelayanan, profit sharing dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk siagakoe. (Studi pada nasabah PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang). Data yang digunakan adalah data primer yaitu hasil dari kuesioner penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik dengan bantuan program SPSS. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan uji t (parsial) dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,918 > 1,66515$) dengan taraf signifikan ($0,005 < 0,05$). Variabel profit sharing (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,019 > 1,66515$) dengan taraf signifikan ($0,003 < 0,05$). Variabel promosi (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,466 > 1,66515$) dengan taraf signifikan ($0,016 < 0,05$).

Kata kunci: *kualitas pelayanan profit sharing dan promosi, keputusan nasabah*

PENDAHULUAN

Jaminan asuransi diberikan berupa penggantian kerugian sebagai dampak terjadinya risiko (tertentu) pada suatu saat (tertentu) yang menimbulkan dampak kerugian (tertentu). Risiko tertentu dimaksud, bisa kerusakan, kecelakaan, kematian, kebakaran, banjir, tanggung jawab hukum terhadap pihak ketiga, dan risiko-risiko yang lainnya.

Keberhasilan sistem dalam asuransi syariah didukung oleh kualitas dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut, sehingga faktor-faktor pengambilan keputusan dari nasabah dalam menggunakan asuransi syariah sangat penting diperhatikan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut. Diminati atau tidaknya suatu lembaga dapat diketahui dengan faktor-faktor yang sifatnya psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap dan selera. Bukan hanya faktor psikologis saja, ada banyak faktor yang mendorong masyarakat untuk memilih asuransi syariah. Faktor-faktor masyarakat dalam menggunakan jasa layanan asuransi adalah pelayanan, religius, profit sharing dan promosi.

LANDASAN TEORI

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk dalam perusahaan asuransi, bukan hanya kualitas pelayanan, profit sharing (bagi hasil) dan promosi saja, banyak faktor-faktor

lainnya yang mempengaruhi seperti psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap dan selera juga menjadi faktor yang bisa mempengaruhi nasabah dalam memilih produk.

Pengertian Produk Siagakoe

Produk siagakoe adalah salah satu produk perorangan yang ada di perusahaan asuransi Bumi Putra Muda (BUMIDA) cabang Serang. Produk siagakoe ini adalah produk kecelakaan diri yang memberikan jaminan penggantian kerugian akibat kecelakaan. Termasuk di dalamnya penggantian biaya perawatan dirumah sakit, santunan cacat tetap maupun sementara, santunan meninggal dan lain-lain.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik dapat memiliki makna bahwa nilai yang ditawarkan oleh suatu produk, harus sesuai yang dijanjikan. Disinilah kejujuran dan tanggung jawab dari perusahaan harus disampaikan sehingga dapat memberikan nilai lebih bagi peserta. Oleh karena itu penting untuk diterapkan prinsip umum etika bisnis islam yang harus di miliki oleh setiap karyawan perusahaan dalam bermuamalah yaitu:

- a. Iktikad baik
- b. Kejujuran
- c. Kesetiaan/kepatuhan.

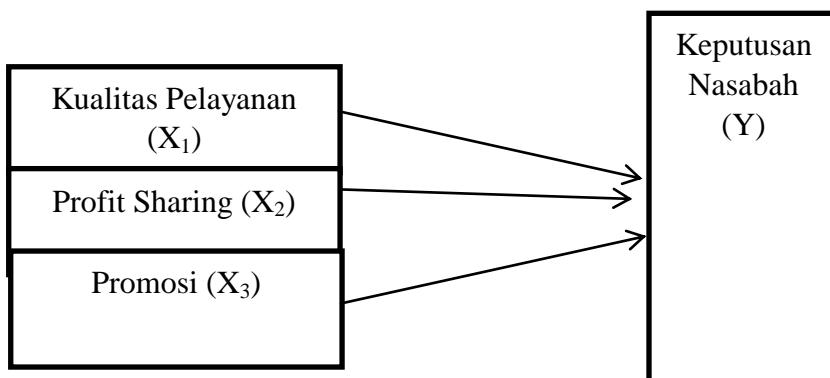
Profit Sharing (Bagi Hasil)

Bagi hasil dalam bahasa asing (inggris) dikenal dengan *profit sharing*. *Profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan sebagai pembagian laba. *Profit sharing* diartikan

sebagai distribusi secara syariah prinsip bagi hasil (*profit sharing*) berdasarkan pada kaidah mudharabah. Dimana perusahaan akan bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana) sementara nasabah sebagai *shahibul maal* (penyandang dana). Bagi hasil adalah bentuk *return* dari kontrak investasi, yakni yang termasuk ke dalam *natural uncertainty contract*.

Promosi

Promosi adalah mengkomunikasikan informasi antara penjual atau pembeli potensia atau orang lain dalam saluran untuk memengaruhi sikap dan perilaku. Promosi yang dilakukan Rasulullah SAW lebih menekankan pada hubungan pelanggan, meliputi berpenampilan menawan, membangun relasi mengutamakan keberkahan, memahami pelanggan, mendapatkan kepercayaan, memberikan pelayanan hebat, berkomunikasi, menjalin hubungan yang bersifat pribadi, tanggap terhadap permasalahan, menciptakan perasaan satu komunitas, berintegrasi, menciptakan keterlibatan dan menawarkan pilihan.



METODOLOGI PENELITIAN

A. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data penelitian tersebut dapat di amati oleh peneliti.
2. Kuesioner yaitu kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis dalam sebuah daftar pertanyaan kemudian dikirim kepada responden untuk diisi kemudian angket dikirim kembali kepada peneliti.

B. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat ukur yang menunjukkan valid atau tidaknya pertanyaan-pertanyaan dari kuesioner. Pernyataan valid jika mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini, uji reabilitas konstruk dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* pada output SPSS. Apabila konstruk setiap variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,7 (nilai *Cronbach Alpha* > 0,60) maka konstruk dapat disimpulkan reliabel.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residusial mengikuti distribusi normal.

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel independen secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel dependen

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residusial satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residusial satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

d. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen dimanipulasi atau diubah-ubah atau dinaik turunkan. Manfaat dari analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dilakukan melalui peningkatan variabel independen atau tidak.

Uji hipotesis

a. Uji F (simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3) yaitu kualitas layanan, profit sharing dan promosi terhadap keputusan nasabah sebagai variabel terikat (Y) pada produk siagakoe.

b. Uji t (parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji koefisien korelasi (R)

Koefisien korelasi adalah nilai hubungan atau korelasi antara dua atau lebih variabel yang diteliti.

d. Uji koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen.

HIPOTESA PENELITIAN

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa asuransi syariah produk siagakoe

H2: Bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa asuransi syariah produk siagakoe

H3: Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa asuransi syariah produk siagakoe.

H4: kualitas layanan, bagi hasil, dan promosi bersama-sama positif terhadap keputusan penggunaan jasa asuransi produk siagakoe.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif, maka instrumen pertanyaan atau dinyatakan valid. Rumus mencari r_{tabel} adalah dengan mencari terlebih dahulu *degree of freedom* (df) = $n - 4$ (dalam hal ini n adalah jumlah sampel). Diketahui, $df = 80 - 4 = 76$ dan $\alpha = 0,05$ dengan uji dua sisi, didapat nilai r_{table} 0,226.

b. Uji reabilitas

a. Variabel x

Hasil uji reabilitas strategi pemasaran yang meliputi kualitas layanan (x1), bagi hasil (x2), dan promosi (x3), dengan menggunakan program SPSS versi 24 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Reabilitas Varibel X

Nama Variabel	Banyak Pertanyaan	Cronbach's Alpha	R Standar	Keterangan
Kualitas layanan	6	0,833	0,679	Reabel
Bagi hasil	6	0,776	0,679	Reabel
Promosi	6	0,880	0,679	Reabel

a. Variabel Keputusan Nasabah (Y)

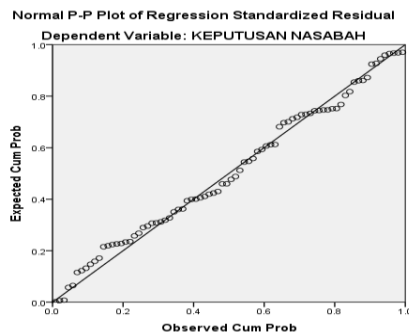
Hasil uji reabilitas variabel Y (keputusan nasabah) menggunakan program SPSS versi 24 sebagai berikut:

Nama Variabel	Banyak Pertanyaan	Cronbach's Alpha	R Standar	Keterangan
Keputusan Nasabah	6	0,787	0,679	Reabel

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

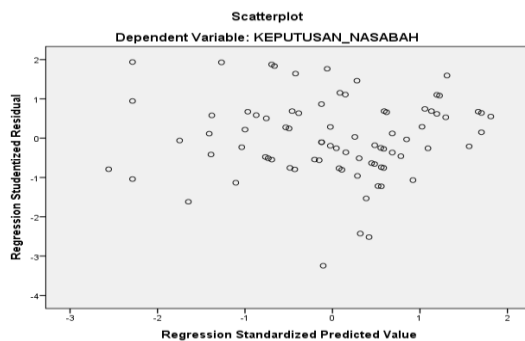
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam modal regresi, variabel residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal adalah data dengan garis yang menghubungkan data yang sesungguhnya akan mengikuti garis diagonal.



Berdasarkan hasil uji diatas dapat dilihat dari grafik normal P-P Plot tersebut dapat dilihat bahwa sebaran data dalam penelitian ini memiliki penyebaran data terdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Cara melihatnya dengan melihat ada tidaknya pola pada grafik scatter plot antara SREDIS dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi dan sumbu X adalah residual. Adapun hasil pengujian uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS maka di peroleh hasil sebagai berikut:



c. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.417 ^a	.174	.138	3.01042	2.242

a. Predictors: (Constant), X2_PENDIDIKAN, X1_PERSEPSI

b. Dependent Variable: Y_KESADARAN

Berdasarkan hasil pengujian pengujian diatas, maka dapat dilihat bahwa nilai Durbin-Watson adalah sebesar 2,046. Jumlah sampel 80 variabel independen 3 ($k=3$). Nilai DW 2,046 lebih besar dari batas atas (du) 1,5600 dan kurang dari ($4-du$) 2,287 atau $1,5600 < 2,046 < 2,2847$. Sehingga bisa dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

1. Regresi Linear Berganda

Sumber : Output Data SPSS 21.0

Berdasarkan table diatas dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 5.665 + 0.260 X1 + 0.322 X2 + 0.191 X3$$

Dimana : Y = Keputusan Nasabah

X1 = Kualitas Layanan

X2 = Profit Sharing

X3 = Promosi

Interpretasinya :

a. Nilai konstanta (a) sebesar 5.665 menyatakan bahwa ketika Kualitas Layanan (X1), Profit Sharing (X2) dan Promosi (X3) sama dengan nol, maka Keputusan Nasabah (Y) di nilai sebesar 5.665.

b. Koefisien regresi variabel (X1) sebesar 0.260 (X2) 0.322 dan (X3) sebesar 0.191 artinya jika Kualitas Layanan, Profit Sharing dan Promosi mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka menyebabkan

c. peningkatan Keputusan Nasabah (Y) berpengaruh positif bila variabel lain konstan.

1. Uji Hipotesis

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	286.584	3	95.528	21.658	.000 ^b
Residual	335.216	76	4.411		
Total	621.800	79			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_NASABAH

a. Pengujian Secara Simultan (Uji

Data diatas menunjukkan bahwa $K = 3$ ($X_1 =$ Kualitas Layanan, $X_2 =$ Profit Sharing, X_3), dan $n = 80$. Selanjutnya nilai ini kita masukan kedalam rumus, maka menghasilkan angka $(3;80-4) = (3;76)$, angka ini kemudian kita jadikan acuan untuk mengetahui nilai F tabel pada distribusi nilai F tabel statistik. Maka diketahui bahwa nilai F tabel sebesar 2.72. Karena nilai F hitung 21.658 lebih besar dari nilai F tabel 2.72 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas X_1 , X_2 dan X_3 (secara simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.679 ^a	.461	.440	2.10017	2.046

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, KUALITAS_LAYANAN, PROFIT_SHARING

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_NASABAH

b. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa t_{hitung} X1 sebesar 2.918, t_{hitung} X2 sebesar 3.019, dan t_{hitung} X3 sebesar 2.466 dan nilai t_{tabel} dengan menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ $df (n-k-1) = (80-3-1) = 67$ maka besar $t_{tabel} = 1.99006$ jadi t_{hitung} X1, X2 dan X3 $> (2.918, 3.019, 2.466 > 1.99006)$ dan tingkat signifikan X1, X2 dan X3 0.05, 0.003, dan 0.016 lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak, yang artinya secara parsial variabel independen yaitu persepsi Kualitas Layanan, Profit Sharing, dan Promosi tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Nasabah.

c. Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan table diatas didapat nilai R sebesar 0,679. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang masih rendah antara variabel (X) dan variabel (Y) karena berada pada interval 0,60 - 0,799 (Kuat).

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.679 ^a	.461	.440	2.10017	2.046

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, KUALITAS_LAYANAN, PROFIT SHARING

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_NASABAH

c. Uji Koefisien Determinasi

Pada penelitian ini nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.461. Hal ini berarti variabel Kualitas Layanan, Profit sharing, dan Promosi dapat menjelaskan terhadap keputusan nasabah sebesar 46.1% sedangkan sisanya sebesar $100\% - 46.1\% = 53.9\%$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar Kualitas Layanan, Profit sharing, dan Promosi.

KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan uji t (parsial) dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (

2,918 > 1,66515) dengan taraf signifikan (0,005 < 0,05). Variabel profit sharing (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,019 > 1,66515) dengan taraf signifikan (0,003 < 0,05). Variabel promosi (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,466 > 1,66515) dengan taraf signifikan (0,016 < 0,05).

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan uji F (simultan) variabel kualitas layanan (x_1), bagi hasil (x_2), dan promosi (x_3) terhadap keputusan nasabah (Y) berpengaruh secara signifikan dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (21,658 > 2,72) dengan taraf signifikan (0,000 < 0,005).

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi dan uji koefisien determinasi bahwa variabel kualitas layanan (x_1), bagi hasil (x_2), dan promosi (x_3) terhadap keputusan nasabah (Y) sebesar 46,1% dilihat dari nilai R sebesar 0,679 dan R Square sebesar 0,461.

b. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas butir-butir saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Bagi peneliti selanjutnya agar memperluas penelitian serta memperoleh informasi yang lengkap tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih akurat dan baik.

- Diharapkan kepada pihak Asuransi Bumi Putra Muda Cabang Serang lebih meningkatkan kualitas layanan, profit sharing dan promosi sehingga membuat masyarakat tertarik dan menggunakan jasa asuransi siagakoe di BUMIDA cabang Serang.
- Bagi akademisi agar dapat dijadikan sebagai kontribusi pemikiran terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan acuan dalam menganalisis keputusan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Abdullah Bin Abdurrahman, *Syarah Bulughul Maram*, Jakarta: Pustaka Azzam, 2014.

Antonio, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Asuransi Syariah*, 2001.

Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2008.

J Supratno dan Nanda Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011.

K. Deni Yusup, *Intiasari Penghantar Kuliah Asuransi Takaful*, Bandung: Fakultas Syari'ah IAIN SGD, 2004.

M Burhanudin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta: Kencana, 2003.

Hasan, Ali, *Zakat, Pajak Asuransi dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996.

Sula, Syakir *Asuransi Syariah Life and General*, Jakarta: GemaInsani Press, 2004.

Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2002.

Morisaan, *Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, cet ke-4 Bogor: Kencana, 2010.

R.Rezky Kun A., Z.Syahrida Sholehah S, *Asuransi Syariah*, Yogyakarta, Mei 2016.

Rambat, Lupiyoadi dan Hamdani, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Asuransi Syariah*. 2006

Ramdani, Wahyu, *Penghantar Kuliah Asuransi Takaful* Bandung: Asuransi Takaful, 2002.

Rangkuti, Fredy, *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Jakarta: Pustaka Utama, 2009.

Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.

S.P Hasibuan Melayu, *Dasar-Dasar Perbankan*, Bandung: Pustaka Setia, 2015.

Silaen, Sofar dan Yayak Heriyanto, *Pengantar Statistik Sosial*. Jakarta: IN Media, 2013.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011.

Sumitro Warkum. *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait: BMUI dan Takaful di Indonesia*, Jakarta: PT. Raja Granfindo Persada, 1996.

Sula, Syakir *Asuransi Syariah Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta: Gema, 2004.

Zulkifli, Zaini, *Mengelola kualitas Layanan Perbankan*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006.

Skripsi

Skripsi Anggi Rininda Adriani, Analisis Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Asuransi Syariah Di Kota Medan, 2014 Di Akses Pada Tanggal 3 Oktober 2018.

