

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Umum Perusahaan

PT. Asuransi Sinar Mas didirikan pada tanggal 27 Mei 1985 dengan nama PT. Asuransi Kerugian Sinar Mas Dipta dengan surat No. Kep-2562/MD 1986. Pada tahun 1991, perusahaan berubah menjadi PT. Asuransi Sinar Mas (ASM) merupakan salah satu perusahaan asuransi umum terbesar di Indonesia.

Sepanjang perjalanannya ASM menunjukkan pertumbuhan yang berkesinambungan, premi bruto dan total asset perusahaan secara konsisten meningkat dari tahun ke tahun, termasuk ditahun-tahun dimana terjadi goncangan ekonomi global.

Sebagai Perusahaan Asuransi Umum terbesar di Indonesia dari sisi *Gross Premium Written*, ASM telah membuktikan komitmen pelayanan kepada para nasabahnya melalui pembayaran klaim yang cepat dan tepat untuk berbagai produk yang dipasarkannya. Selain itu Perusahaan juga memberikan kemudahan bagi para nasabah, rekanan dan partner/agen untuk mengakses segala hal yang berhubungan dengan pertanggungans asuransi melalui website, 24 Hour Customer Care, Call Center, dan lain-lain.

Di tahun 2011, ASM melalui produk simas mobil berhasil meraih penghargaan Indonesia Brand Champion Award 2011 di dua kategori yaitu *The Best Customer Choice of Car Insurance* dan *The Most Popular Brand of Car Insurance*. Pada 14 Juni 2011, ASM meraih *The Best Insurance Award* versi Majalah Media Asuransi dengan ekuitas di atas Rp 750 miliar. Ditahun 2012, ASM meraih *Best General Insurance 2012* Dengan Ekuitas Rp750 Miliar Keatas dari *Insurance Awards 2012*. Di tahun 2013, ASM meraih *The Best General Insurance* untuk kategori *Non Listed Company - Asset > 200 Milyar* dari *Indonesia Insurance Award 2013*.

Pada tahun 2014, ASM meraih *The Best General Insurance Company* dari *Indonesia Insurance Consumer Choice Award 2014*.

Pada tanggal 12 November 2014, *Fitch Ratings* mengafirmasi posisi Asuransi Sinar Mas dengan perolehan rating-rating ‘AA+ (idn)’ *National Insurer Financial Strength* dengan prospek positif.

Penghargaan-penghargaan yang telah diraih oleh Asuransi Sinar Mas semakin memantapkan posisi perusahaan sebagai *market leader* di industri asuransi umum di Indonesia serta meningkatkan kepercayaan masyarakat dan industri terhadap Asuransi Sinar Mas.⁶⁶

⁶⁶ <https://www.sinarmas.co.id/tentang-kami/sejarah-asm>. Diakses tanggal 30 Nov 2017, Jam 13.50

2. Visi dan Misi PT. Asuransi Sinar Mas

a) Visi

- a. Menjadi perusahaan asuransi profesional dan terpercaya dengan memberikan nilai yang berarti kepada nasabah, perusahaan reasuransi, agen, rekanan, pemegang saham dan karyawan kami.

b) Misi

- a. Mengenal dan memenuhi kebutuhan nasabah.
- b. Hasil *underwriting* yang menguntungkan.
- c. Mengembangkan bakat, meningkatkan produktivitas dan efisiensi karyawan.
- d. Inovasi produk dan pengembangan teknologi informasi yang berkesinambungan.⁶⁷

3. Produk PT. Asuransi Sinarmas

Produk asuransi kecelakaan dan kesehatan (*accident and health*) yang dimiliki oleh Asuransi Sinarmas terbagi menjadi tiga kategori yaitu :

a. Kecelakaan diri

Kecelakaan dapat menimpa siapa saja dalam kehidupan sehari-hari. Asuransi Sinarmas memberikan pilihan produk asuransi untuk mengurangi kerugian yang timbul sebagai akibat dari kecelakaan tersebut. Produk yang

⁶⁷ <https://www.sinarmas.co.id/tentang-kami/visi-dan-misi>

diberikan terdiri dari: *Sinarmas Personal Accident, Group Personal Accident* dan *Travel Insurance*.

b. Kesehatan

Kesehatan merupakan aset berharga bagi setiap orang. Dalam kehidupan, kita selalu dihadapkan kepada suatu resiko yang dapat mengganggu kesehatan baik berupa penyakit maupun kecelakaan. Resiko ini dapat terjadi dimana saja, kapan saja dan terhadap siapa saja. Namun jangan cemas, Asuransi Sinarmas menghadirkan solusi berupa asuransi kesehatan untuk mengatasi resiko finansial yang mungkin timbul sebagai akibat kecelakaan, sakit maupun pembedahan yang membutuhkan biaya kesehatan. Asuransi kesehatan dari Asuransi Sinarmas dibagi menjadi 2 jenis, yaitu :

Sinarmas Sehat *Corporate* untuk menjamin kesehatan karyawan perusahaan beserta keluarganya.

Individual untuk menjamin kesehatan perorangan.

c. *Personal accident and health*

Asuransi kecelakaan diri dengan perluasan jaminan atas resiko kegagalan pembayaran pinjaman yang diakibatkan oleh kematian, cacat tetap total akibat kecelakaan, perawatan inap jangka pendek maupun jangka panjang akibat sakit dan kecelakaan.

4. Produk Syariah PT. Asuransi Sinarmas

Seiring dengan perkembangan Asuransi Syariah banyak orang membicarakan tentang Produk , Akad dalam Asuransi Syariah. Namun masih banyak istilah-istilah yang asing, khusus nya di *Akad* bahkan dalam industri asuransi sendiri.

Sebelumnya, pengertian Asuransi Syariah sendiri adalah usaha kerjasama untuk saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang dalam menghadapi terjadinya musibah atau bencana melalui perjanjian yang disepakati bersama. Perjanjian yang digunakan merupakan *akad takafuli* (tolong-menolong) bukan *akad tadabuli* (jual-beli). Jadi *akad* yang digunakan dalam Asuransi Syariah bersifat tolong menolong (*ta'awun*) dengan menggunakan prinsip dasar *Tabarru'* dan dalam pengelolaan dana (investasi) menggunakan prinsip *Mudharabah* melalui instrumen investasi syariah. *Akad takafuli* yaitu perjanjian sekelompok orang yang disebut peserta yang secara timbal balik saling menanggung atau menanggung bersama risiko diantara peserta atas dasar saling tolong menolong dalam kebaikan dan takwa.

Konsep Asuransi Syariah adalah konsep tolong menolong dalam kebaikan dan ketakwaan. Ini berarti dalam Asuransi Syariah semua peserta merupakan satu keluarga besar akan saling melindungi dan bersama-sama akan menanggung risiko keuangan dari musibah yang mungkin terjadi.

Konsep Asuransi Syariah ini dilakukan melalui mekanisme perjanjian (akad).

Akad dalam asuransi syariah harus sesuai dengan syariah Islam yakni *Akad* yang tidak mengandung *Gharar* (ketidak pastian), *Maysir* (perjudian), *Riba* (bunga), barang haram dan maksiat yang dilarang dalam akad-akad keuangan islami.

Produk PT. Asuransi Sinarmas itu sendiri terbagi dalam beberapa produk asuransi syariah yaitu:

- 1) Asuransi Kebakaran
- 2) Asuransi Kendaraan Bermotor , baik Roda 4 dan Roda 2
- 3) Asuransi Uang (*cash in safe & cash in transit*)
- 4) Asuransi Pengangkutan
- 5) Asuransi Rangka Kapal
- 6) Asuransi Alat Berat
- 7) Asuransi *Engineering*
- 8) Asuransi Kecelakaan Diri

B. Karakteristik responden

- a) Gambaran umum responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden dapat dikelompokan seperti dijelaskan pada table berikut:

Tabel 4.1

Kriteria responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Orang	(%)
Laki-laki	46	68%
Perempuan	22	32%
Jumlah	68	100%

Sumber: data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah laki-laki dengan jumlah sebanyak 68%. Sedangkan sisanya adalah perempuan dengan jumlah sebanyak 32%

b) Gambaran umum responden berdasarkan usia

Berdasarkan usia mengenai responden PT Asuransi Sinarmas saat pengambilan sample dapat pada table berikut:

Tabel 4.2

Kriteria responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	(%)
≤ 15 Tahun	-	-
16-26 Tahun	20	29%
26-35 Tahun	10	15%
36-45 Tahun	23	34%
46-55 Tahun	15	22%
56-65 Tahun	-	-

≥ 66 Tahun	-	-
Jumlah	68	100%

Sumber : data primer yang diolah.

Dari tabel di atas dapat diketahui proporsi paling besar adalah dari responden berusia 36-45 tahun sebanyak 34 %. Kemudian responden berusia 16-26 tahun sebesar 29%, responden berusia 26-35 sebesar 15% dan responden 46-55 berjumlah 22%.

c) Gambaran umum responden berdasarkan tingkat pendidikan

Berdasarkan status tingkat pendidikan responden dapat dikelompokkan seperti dijelaskan pada table berikut:

Tabel 4.3

Kriteria responden berdasarkan tingkat pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	(%)
SD	-	-
SMP	-	-
SMA	10	15%
Diploma	11	16%
Strata I (S1)	27	40%
Strata II (S2)	20	29%
Strata III (S3)	-	-
Jumlah	68	100%

Sumber: data primer yang diolah,

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden paling tinggi adalah S1 yaitu sebanyak 40%. Kemudian SMA sebanyak 15%, Diploma sebanyak 11% dan S2 sebanyak 29%.

d) Gambaran umum responden berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berdasarkan jenis pekerjaan responden dapat dikelompokkan seperti dijelaskan pada table berikut:

Tabel 4.4

Kriteria responden berdasarkan jenis pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	(%)
Pegawai Sipil	27	40%
Pegawai Swasta	31	45%
Pedagang	10	15%
Petani	-	-
Jumlah	68	100%

Sumber data yang diolah.

Dari tabel di atas diketahui bahwa responden paling tinggi berasal dari Pegawai swasta yaitu sebanyak 45%. Kemudian Pegawai sipil sebanyak 40% dan Pedagang sebanyak 15%.

C. Hasil Analisis Data

Hasli Uji Validitas

Uji validitas data merupakan uji instrumen data untuk memastikan bahan alat tersebut mengukur apa yang harusnya diukur (valid).⁶⁸ Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap suatu yang ingin diungkap.

Pengujian validitas item dalam SPSS bisa menggunakan tiga metode analisis, yaitu *korelasi pearson*, *corrected item total correlation* dan analisis faktor. Teknik uji validitas item dengan korelasi person, yaitu dengan cara mengorelasikan skor item dengan skor totalnya. Skor total adalah penjumlahan seluruh item pada satu variabel. Kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi, jika r hasil bernilai positif serta r hasil > r table maka variabel tersebut valid.⁶⁹

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	CI-TC	Ket
1	Kebutuhan (X1)	X1-1	0,606	Valid
		X1-2	0,758	Valid

⁶⁸ Sugiyono, Cara Mudah Menyusun *Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, Bandung: Alfabet, 2015, hal 197

⁶⁹ Duwi Priyanto, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014, hal 51

		X1-3	0,764	Valid
		X1-4	0,655	Valid
		X1-5	0,671	Valid
		X1-6	0,505	Valid
		X1-8	0,525	Valid
		X1-9	0,655	Valid
		X1-10	0,599	Valid
2	Pelayanan (X2)	X2-1	0,571	Valid
		X2-2	0,642	Valid
		X2-3	0,653	Valid
		X2-4	0,417	Valid
		X2-5	0,418	Valid
		X2-6	0,336	Valid
		X2-7	0,542	Valid
		X2-8	0,530	Valid
		X2-9	0,301	Valid
		X2-10	0,483	Valid
		X2-11	0,448	Valid
3	Tempat (X3)	X3-1	0,534	Valid
		X3-2	0,575	Valid
		X3-3	0,364	Valid
		X3-4	0,775	Valid

		X3-5	0,496	Valid
		X3-6	0,577	Valid
		X3-7	0,626	Valid
		X3-8	0,585	Valid
		X3-9	0,352	Valid
		X3-10	0,693	Valid
		X3-11	0,565	Valid

Sumber: Data yang diolah

Dari tabel di atas dapat disimpulkan variabel-variabel penelitian tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam analisis data selanjutnya.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* pada masing-masing variabel. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang valid saja yang masuk pengujian. Untuk mengetahui hasil uji reliabilitas, maka dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai alpha (dengan nilai r tabel . Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,6$.⁷⁰ Dasar pengambilan kesimpulan uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. $0,80 < \text{Cronbach's Alpha} < 1,00$: Reliabilitas sangat tinggi

⁷⁰ Duwi Priyanto, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014, hal 51

2. $0,60 < \text{Cronbach's Alpha } 0,80$: Reliabilitas tinggi
3. $0,40 < \text{Cronbach's Alpha } 0,60$: Reliabilitas sedang
4. $0,20 < \text{Cronbach's Alpha } 0,40$: Reliabilitas rendah
5. $0,00 < \text{Cronbach's Alpha } 0,20$: Tidak Reliabilitas

Tabel 4.6

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
Kebutuhan (X1)	0,813	Reliabel
Pelayanan (X2)	0,674	Reliabel
Tempat (X3)	0,771	Reliabel

Sumber: Data diolah.

Berdasarkan tabel di atas terlihat hasil nilai ketiga faktor penelitian memiliki *cronbach alpha* lebih dari 0,60, maka variabel tersebut dinyatakan reliabel.

D. Uji Asumsi Klasik

1) Hasil Uji Normalitas

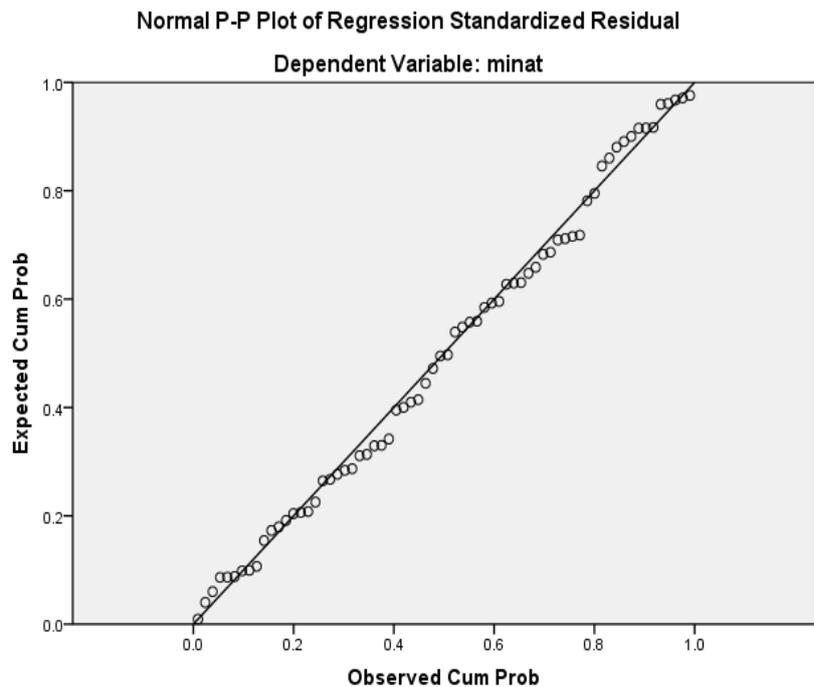
Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebuah data dapat dikatakan berdistributor normal atau tidak. Kenormalan distribusi sebuah data merupakan sebuah keharusan yang mesti terpenuhi ketika hendak melakukan stastitik parametrik.

Uji Normal Probability atau ada pula yang menyebutnya dengan nama uji P P-Plot menjadi salah satu alternative yang

cukup efektif untuk mendeteksi apakah data yang akan dianalisis berdistribusi normal atau tidak. Dalam uji ini, normalitas dilakukan pada nilai residual pada model regresi dan bukan pada masing-masing variabel. Model regresi yang baik seharusnya memiliki nilai residual yang normal. Pendekatan kenormalan nilai residual ini dilakukan dengan melihat titik-titik plot hasil output spss dan melihat apakah titik tersebut berada disekitar garis diagonalnya atau tidak. Namun, jika ternyata nilai residual tidak berdistribusi normal, maka perlu di transformasi data. Dengan demikian uji normalitas residual merupakan uji yang sangat penting dilakukan sebelum kita melakukan analisis data regresi linear.

Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas



Dari gambar diatas, data menyebar disekitar garis diagonal atau mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas

2) Hasil Uji Multikolineritas

Merupakan uji dimana keadaan dimana semua variable independen atau lebih daripada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna, model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolineritas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolineritas dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF. Apakah nilai VIF lebih kecil dari 0,10 atau lebih besar dari 10. Semakin kecil dan semakin besar nilai *tolerance* VIF maka semakin mendekati terjadinya masalah penyimpangan multikolineritas.

Table 4.7

Hasil pengujian multikolineritas

Variabel	Nilai VIF	Ket
Kebutuhan (X1)	1.036	Bebas Multikolineritas
Pelayanan (X2)	1.036	Bebas Multikolineritas
Tempat (X3)	1.037	Bebas Multikolineritas

Sumber : Data diolah.

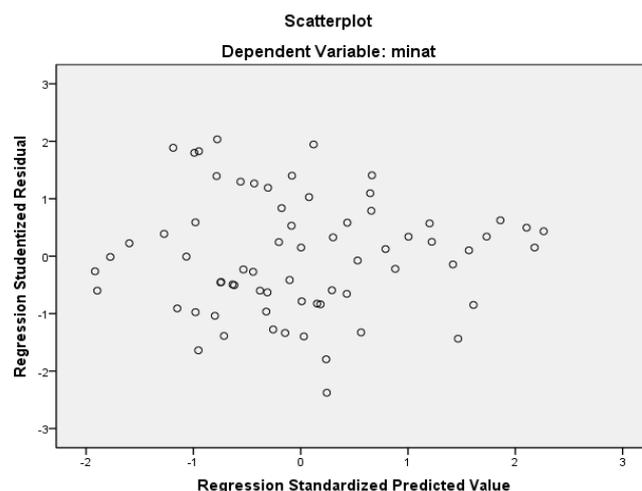
Dari table diatas terlihat variabel bebas memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi adanya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas antara variabel bebas dalam model. Sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut memenuhi uji asumsi klasik multikolinearitas.

3) Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya kesamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan diangka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.⁷¹

Gambar 4.2

Hasil Uji Heteroskedastisitas



⁷¹ Duwi Priyatno, *Analisis Korelasi, regresi dan Multivariate dengan SPSS*, (Yogyakarta: Gava Media, 2013) Cet 1, Hal 60

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa tidak terjadinya heteroskedastisitas sebab tidak ada pola jelas serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dikatakan uji heteroskedastisitas terpenuhi atau tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi,

E. Hasil Analisis regresi berganda

Berdasarkan nilai pengelolaan data dengan hasil bantuan SPSS dapat dilihat rangkuman hasil penelitian sebagai berikut:

Table 4.9
Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	31.664	10.537		3.005	.004		
kebutuhan	-.125	.148	-.099	-.848	.400	.967	1.035
pelayanan	-.081	.170	-.055	-.477	.635	.991	1.009
Tempat	.310	.094	.388	3.299	.002	.958	1.044

a. Dependent Variable: minat

Persamaan regresi berganda berdasarkan hasil analisis regresi dapat diketahui sebagai berikut::

$$Y = 31.664 - 0,125.X1 - 0,081.X2 + 0,310 X3$$

$$Y = \text{Minat}$$

X1 = Kebutuhan

X2 = Pelayanan

X3 = Tempat

1. Hasil Analisis Regresi Parsial Uji t

Dari persamaan regresi linear berganda diatas berarti nilai konstanta yang dihasilkan sebesar 0,31664 mengindikasikan bahwa jika nilai variabel kebutuhan, pelayanan dan tempat dianggap konstan, maka faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah di PT. Asuransi Sinaras adalah 0,31664.

Dari hasil mode regresi table diatas menunjukkan dari ketiga variabel yang dimasukan dalam model regresi hanya ada satu variabel yang terbukti berpengaruh dengan tingkat signifikan $< 0,05$ terhadap variabel dependen. Variabel tersebut adalah variabel Tempat sedangkan variabel kebutuhan dan pelayanan tidak terbukti signifikan atau berpengaruh terhadap variabel dependen (minat).

a. Pengaruh Kebutuhan

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan secara parsial didapat nilai signifikan sebesar $(0,400) > 0,05$ dan koefisien regresi kebutuhan sebesar $-0,125$ artinya faktor kebutuhan tidak mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih PT. Asuransi Sinarmas. Maka hasil penelitian ini menjelaskan variabel kebutuhan tidak berpengaruh terhadap minat.

Sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini **ditolak**. Hal ini menjelaskan bahwa setiap penambahan 1 titik kebutuhan, maka tingkat minat nasabah akan menurun sebesar 0,125.

b. Pengaruh Pelayanan

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan secara parsial didapat nilai signifikan sebesar $(0,635) > 0,05$ dan koefisien regresi pelayanan sebesar $-0,081$ artinya faktor pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih PT. Asuransi. Maka hasil penelitian ini menyatakan variabel pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat. Sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini **ditolak**. Hal ini berarti setiap penambahan 1 titik pelayanan, maka tingkat minat nasabah akan menurun sebesar 0,081.

c. Pengaruh Tempat

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan secara parsial didapat nilai signifikan sebesar $(0,002) < 0,05$ dan koefisien regresi tempat sebesar 0,310 artinya faktor tempat mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat nasabah dalam memilih PT. Asuransi. Maka hasil penelitian ini menjelaskan variabel tempat berpengaruh terhadap minat. Sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini **diterima**. Hal ini berarti setiap penambahan 1 titik tempat, maka tingkat minat nasabah akan bertambah sebesar 31,0 %. Artinya semakin baik tempat maka

semakin tinggi pula minat nasabah dalam memilih PT.Asuransi Sinarmas.

F. Hasil Pengujian Hipotesis

1) Hasi Uji Simultan dengan Uji f

Uji nilai f dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi dalam penelitian yang dilakukan signifikansi atau tidak dimana uji nilai f ini menunjukkan apakah ketiga variabel independen yang diteliti secara bersama-sama atau serentak berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda diperoleh hasil sebagai berikut

Table 4.10

Hasil Uji Simultan dengan F-Test

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	128.600	3	42.867	3.862	.013 ^a
Residual	710.400	64	11.100		
Total	839.000	67			

a. Predictors: (Constant), tempat, pelayanan, kebutuhan

b. Dependent Variable: minat

sumber data diolah:

Berdasarkan tabel di atas dapat peroleh bahwa nilai f-hitung sebesar 3.862. Sedangkan signifikansinya sebesar 0,013. Karena nilai signifikansi di bawah 0,05, maka berarti bahwa Kebutuhan, Pelayanan dan Tempat

secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat masyarakat dan layak digunakan dalam penelitian dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

G. Hasil Koefisien Determinasi (R Square)

Uji ini dilakukan untuk melihat proporsi atau persentasi total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan variabel bebas. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis regresi linear berganda diperoleh hasil sebagai berikut:

Table 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.392 ^a	.153	.114	3.332	.891

a. Predictors: (Constant), TotalX3, Totalx2, Totalkebutuhan

b. Dependent Variable: Yminat

Berdasarkan analisis koefisien determinasi untuk persamaan regresi diperoleh koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0,114 atau 11.4 %. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat dipengaruhi oleh variabel Kebutuhan, Pelayanan dan Tempat sebesar 11,4%. sedangkan sisanya sebesar 88.6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

H. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan pengaruh variabel independen terhadap minat masyarakat dalam berasuransi syariah di PT. Asuransi

Sinarmas menunjukkan hasil sebesar 0,114 atau 11,4 % hasil ini menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam berasuransi syariah di PT. Asuransi Sinarmas Karawang selain dipengaruhi oleh variabel Kebutuhan, Pelayanan dan Tempat sebesar 11,4% maka sisanya sebesar 88.6% bisa saja dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya seperti faktor kepemimpinan dan budaya kerja.

Dari hasil uji simultan menunjukkan bahwa ketiga variabel independen dalam penelitian ini yaitu variabel kebutuhan, variabel pelayanan dan variabel tempat secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat dalam berasuransi syariah di PT. Asuransi Sinarmas dengan nilai angka signifikan 0,013 akan tetapi secara parsial hanya Variabel Tempat yang berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam berasuransi syariah di PT. Asuransi Sinarmas. Berikut hasil uji parsial dalam penelitian :

1. Hasil uji parsial, untuk variabel kebutuhan (X1) menunjukkan bahwa variabel kebutuhan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam berasuransi syariah di PT. Asuransi Sinarmas. Hal ini karena nasabah mempertimbangkan kebutuhan mereka dalam memilih kualitas dari perusahaan asuransi itu sendiri. Kualitas yang baik yang menjadi sasaran nasabah dalam berasuransi syariah. Ditambah lagi dalam asuransi syariah masih minimnya pengetahuan masyarakat dalam hal asuransi syariah dan masih beranggapan bahwa asuransi

syariah sama saja dengan asuransi konvensional yang sudah ada jauh lebih lama daripada produk asuransi syariah.

Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sumadi & Istyakara bahwa kebutuhan akan keselamatan (proteksi) tidak berpengaruh terhadap minat konsumen dalam berasuransi syariah.

2. Sesuai uji parsial, variabel pelayanan (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat dalam berasuransi syariah PT Asuransi Sinarmas. Dalam hal ini pelayanan yang ada di PT Asuransi Sinarmas masih dianggap kurang memuaskan nasabah. PT Sinarmas harus memperbaiki lagi pelayanan agar menarik minat masyarakat dalam berasuransi syariah. Pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani, pelayanan sangat penting karena dengan adanya pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati, baik dari masyarakat maupun perusahaan saingan.

Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Naima (2016) yaitu bahwa variabel pelayanan berpengaruh signifikan dan pelayanan yang baik dari perusahaan akan berdampak pada kepuasan nasabah sehingga akan mempengaruhi minat atau pembelian terhadap produk yang ditawarkan dan tidak akan beralih pada produk lain.

3. Sesuai uji parsial, variabel tempat (X3) menunjukkan bahwa variabel tempat berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam

berasuransi syariah di PT Asuransi Sinarmas. karena para nasabah selalu melihat dari kondisi tempat yang layak pada saat melakukan transaksi, mereka melihat jarak tempat tersebut dalam menentukan pilihannya dalam bertransaksi. Ini merupakan salah satu yang harus dilakukan dan dipertahankan dalam masalah tempat yang baik di PT Asuransi Sinarmas agar dapat menarik para nasabah dalam melakukan pembelian produk yang telah disediakan. Tempat juga dapat diartikan sebagai pemilihan tempat atau lokasi usaha, perencanaan pemilihan lokasi yang baik, tidak hanya berdasar pada istilah strategis, dalam artian memandang pada jauh dekatnya pada pusat kota atau mudah tidaknya akomodasi menuju tempat tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa tempat mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam berasuransi syariah. Kemudian hasil penelitian ini ini didukung oleh penelitian Ita Rosdiana (2015) bahwa variabel tempat mempunyai pengaruh yang positif terhadap nasabah dengan koefisien regresi sebesar 0,169%.