

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Surabaya di Jalan Jemur Andayani Nomer 1G Surabaya selama satu bulan, mulai tanggal 20 November sampai dengan 20 Desember Tahun 2013.

2. Profil PT. Asuransi Takaful Umum

Kelahiran Takaful Indonesia sebagai pionir Asuransi Syariah di Indonesia merupakan hasil komitmen dan kepedulian berbagai elemen bangsa yang tergabung dalam Tim Pembentukan Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI) untuk mewujudkan tercapainya kemajuan pembangunan ekonomi syariah di bumi Nusantara. Kelahiran Takaful Indonesia merupakan buah dari prakarsa berbagai elemen yaitu Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) melalui Yayasan Abdi Bangsa, Bank Muamalat Indonesia Tbk, PT Asuransi Jiwa Tugu Mandiri, Departemen Keuangan RI, pengusaha-pengusaha Muslim Indonesia, dengan bantuan teknis dari Syarikat Takaful Malaysia Bhd (STMB).

Tidak lama berselang, yaitu pada 5 Mei 1994, Takaful Indonesia mendirikan PT. Asuransi Takaful Keluarga (Takaful Keluarga) bergerak

dibidang asuransi jiwa syariah dan PT. Asuransi Takaful Umum (Takaful Umum) yang bergerak dibidang asuransi umum syariah. Takaful Keluarga kemudian diresmikan oleh menteri keuangan saat itu, Mar'ie Muhammad dan mulai beroperasi sejak 25 Agustus 1994. Sedangkan Takaful Umum kemudian diresmikan oleh Menristek/Ketua BPPT Prof. Dr. B.J. Habibie selaku ketua sekaligus pendiri ICMI dan mulai beroperasi pada 2 Juni 1995. Sejak saat itu Takaful Keluarga dan Takaful Umum mengembangkan kepeloporan Takaful Indonesia dalam industri asuransi dan menjadi yang terdepan di bidangnya.

Kiprah Takaful Indonesia dalam perekonomian bangsa melalui asuransi berbasis syariah, telah menarik minat investor dalam dan luar negeri. Pada tahun 1997, Syarikat Takaful Malaysia, Bhd. (STMB) menempatkan modalnya di perusahaan untuk menjadi salah satu pemegang saham. STMB kemudian meningkatkan jumlah penyertaan modalnya sehingga mencapai jumlah yang cukup signifikan pada tahun 2004. Minat Syarikat Takaful Malaysia, Bhd. (STMB) sebagai investor terus berlanjut melalui penyertaan modal langsung di Takaful Keluarga pada tahun 2009. Islamic Development Bank (IDB) juga ikut memperkuat struktur modal perusahaan pada tahun 2004. Investor dalam negeri juga menunjukkan minat yang kuat untuk ikut menumbuh kembangkan Takaful Indonesia. Pada tahun 2000 Permodalan Madani Indonesia (PNM) turut memperkuat struktur modal perusahaan.

Di internal organisasi, Takaful Indonesia melakukan standarisasi untuk meningkatkan dan menjaga konsistensi mutu layanan dan kinerja perusahaan melalui penerapan ISO 9001:2008, yang merupakan standar internasional terbaru untuk sistem manajemen mutu (Quality Management) . Takaful Umum disertifikasi oleh SGS JAZ ANZ, Selandia Baru.

Kemajuan Takaful pada bidang asuransi syariah terbukti dengan didapatnya penghargaan dari berbagai pihak, diantaranya dari Majalah Media Asuransi, Investor, Karim Bussiness Consulting, dan lain-lain.

a. Visi dan Misi

Visi: Menjadi perusahaan Asuransi Umum Syariah kepercayaan masyarakat.

Misi: Bersama mewujudkan rasa aman dengan memberikan solusi pada pengelolaan risiko dan pelayanan terbaik berdasarkan prinsip-prinsip tata kelola bisnis syariah yang baik.

b. Tujuan:

- 1) Mengelola risiko dan prinsip kehati-hatian.
- 2) Melayani *stakeholder* dengan setulus hati secara tepat dan terbaik.
- 3) Meningkatkan kompetensi dan kesejahteraan insan takaful secara berkesinambungan.
- 4) Menciptakan lingkungan kerja yang kondusif melalui kerjasama tim yang solid.

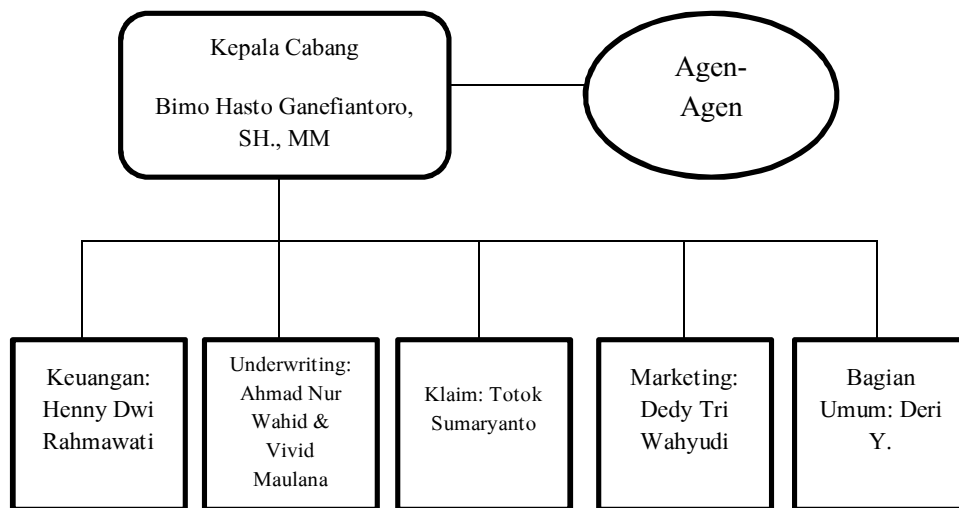
- 5) Mencapai dan meningkatkan pertumbuhan serta nilai perusahaan yang diharapkan oleh *stakeholders*.

c. Produk-Produk Takaful Umum

- 1) Cargo (Takaful Pengangkutan)
 - a) Marine Cargo
 - b) Land Cargo
 - c) Air Cargo
- 2) Hull (Takaful Rangka Kapal)
Takaful Builder's Risk
- 3) Takaful Kendaraan
 - a) Takaful Abror
 - b) Takaful Ansor
- 4) Engineering
 - a) Takaful Contractor All Risks
 - b) Takaful Contractor Plant & Machinery
 - c) Takaful Erection All Risk
 - d) Takaful Machinery Breakdown
 - e) Takaful Electronic Equipment
 - f) Takaful Storage Tank
 - g) Takaful Boiler & Pressure
- 5) Kebakaran

- a) Takaful Property All Risk
 - b) Takaful Baituna
 - c) Takaful Konsorium Pasar (Kark)
 - d) Takaful Gempa Bumi
- 6) Takaful Terrorism & Sabotage
- a) Takaful Fidelity Guarantee
 - b) Takaful Public Liability
 - c) Takaful Employer Liability
 - d) Takaful Comprehensive General Liability
 - e) Takaful Automobile Third Party Liability
 - f) Takaful Workman Compensation
- 7) Misc Acciident
- a) Takaful Kebongkaran
 - b) Takaful Money Insurance
 - c) Takaful Neon Sign
 - d) Takaful All Risk
 - e) Takaful Heavy Equipment
- 8) Personal Accident
- Takaful Personal Accident

Gambar 4.1

Struktur Organisasi PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Surabaya 2013¹

3. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah dari PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Surabaya yang berjumlah 39 nasabah pribadi bukan *corporate* yang berhubungan langsung dengan agen asuransi. Pengumpulan data primer dilakukan dengan memberikan beberapa kuesioner kepada nasabah yang kebetulan berada di kantor dan kebanyakan menanyakan kuesioner via telepon kepada nasabah. Pemberian kuesioner kepada nasabah dimulai dari tanggal 25 November sampai dengan 8 Desember 2013. Karakteristik yang diambil dari responden berdasarkan produk dan jenis

¹ Dedy Tri Wahyudi, *Wawancara*, Surabaya, 23 September 2013

kelamin. Besaran prosentase masing-masing karakter responden ada pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Produk

		Produk			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kendaraan Bermotor (sepeda motor/mobil)	29	74.4	74.4	74.4
	Kebakaran	10	25.6	25.6	100.0
	Total	39	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.1 dengan 39 total jumlah nasabah yang menjadi responden, 74.4% ikutserta produk kendaraan bermotor (mobil atau motor) sedangkan 25.6% ikutserta produk kebakaran. Selain produk di atas peneliti tidak menemukan nasabah individual/bukan *corporate* pada populasi yang ikutserta produk *cargo* (pengangkutan) dan lain-lainnya. Produk-produk tersebut diikuti oleh nasabah-nasabah bukan individual seperti perbankan, lembaga keuangan non bank dan perusahaan-perusahaan.

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	16	41.0	41.0	41.0
	Perempuan	23	59.0	59.0	100.0
	Total	39	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.2 dengan 39 total jumlah nasabah yang dijadikan responden, 41 % adalah nasabah laki-laki dan 59% adalah nasabah perempuan. Prosentasi perempuan lebih besar daripada laki-laki, menunjukkan asumsi bahwa lebih tingginya kesadaran perempuan untuk melindungi aset yang dimilikinya melalui asuransi dari pada laki-laki, namun selisih yang ditunjukkan tidak terlalu besar.

B. Hasil Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrumen alat ukur telah menjalankan fungsi ukurnya. Validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu skala pengukuran disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Ada berbagai metode yang digunakan dalam uji validitas seperti korelasi salah satunya adalah *Pearson Product Moment Correlation* (seperti metode analisis korelasi).² Apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka hasil uji dikatakan valid.

1) Variabel Penguasaan Produk (X_1)

² Tony, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 88.

Tabel 4.3

Uji Validitas Variabel Penguasaan Produk

		Correlations				
		P1	P2	P3	P4	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.788**	.583*	.558**	.865**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	39	39	39	39	39
P2	Pearson Correlation	.788**	1	.582**	.677**	.923**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	39	39	39	39	39
P3	Pearson Correlation	.583*	.582**	1	.348	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.030	.000
	N	39	39	39	39	39
P4	Pearson Correlation	.558**	.677**	.348	1	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.030		.000
	N	39	39	39	39	39
TOTAL	Pearson Correlation	.865**	.923**	.739**	.797**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	39	39	39	39	39

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.3 hasil uji validitas variabel penguasaan produk tampak bahwa nilai *pearson correlation total* lebih dari r_{tabel} 0.316, r_{tabel} dicari pada signifikansi 0.05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 39, maka masing-masing item pertanyaan dikatakan valid yaitu mampu mengukur variabel penguasaan produk.

2) Variabel Kemampuan Lobi (X_2)

Tabel 4.4

Uji Validitas Variabel Kemampuan Lobi

		Correlations				
		P1	P2	P3	P4	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.815**	.612*	.751**	.902**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	39	39	39	39	39
P2	Pearson Correlation	.815**	1	.636**	.759**	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	39	39	39	39	39
P3	Pearson Correlation	.612**	.636**	1	.641**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	39	39	39	39	39
P4	Pearson Correlation	.751**	.759**	.641**	1	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	39	39	39	39	39
TOTAL	Pearson Correlation	.902**	.926**	.804**	.891**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	39	39	39	39	39

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.4 hasil uji validitas variabel kemampuan lobi tampak bahwa nilai total *pearson correlation total* lebih dari r_{tabel} 0.316, r_{tabel} dicari pada signifikansi 0.05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 39, maka masing-masing item pertanyaan dikatakan valid yaitu mampu mengukur variabel kemampuan lobi.

3) Variabel *Performance* (X_3)

Tabel 4.5

Uji Validitas Variabel *Performance*

		Correlations				
		P1	P2	P3	P4	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.517*	.011	.390	.627**
	Sig. (2-tailed)		.001	.948	.014	.000
	N	39	39	39	39	39
P2	Pearson Correlation	.517*	1	.635**	.391	.895**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.014	.000
	N	39	39	39	39	39
P3	Pearson Correlation	.011	.635**	1	.171	.692**
	Sig. (2-tailed)	.948	.000		.298	.000
	N	39	39	39	39	39
P4	Pearson Correlation	.390	.391	.171	1	.647**
	Sig. (2-tailed)	.014	.014	.298		.000
	N	39	39	39	39	39
TOTAL	Pearson Correlation	.627**	.895**	.692**	.647**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	39	39	39	39	39

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.5 tampak bahwa nilai *pearson correlation total* lebih dari r_{tabel} 0.316, r_{tabel} dicari pada signifikansi 0.05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 39, maka masing-masing item pertanyaan dikatakan valid yaitu mampu mengukur variabel *Performance*.

4) Variabel *Networking* (X_4)

Tabel 4.6

Uji Validitas Variabel *Networking*

		Correlations				
		P1	P2	P3	P4	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.586**	.474*	.369	.839
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.021	.000
	N	39	39	39	39	39
P2	Pearson Correlation	.586**	1	.155	.139	.672
	Sig. (2-tailed)	.000		.347	.399	.000
	N	39	39	39	39	39
P3	Pearson Correlation	.474**	.155	1	.498**	.752
	Sig. (2-tailed)	.002	.347		.001	.000
	N	39	39	39	39	39
P4	Pearson Correlation	.369	.139	.498**	1	.630
	Sig. (2-tailed)	.021	.399	.001		.000
	N	39	39	39	39	39
TOTAL	Pearson Correlation	.839**	.672**	.752**	.630**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	39	39	39	39	39

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.6 tampak bahwa nilai *pearson correlation total* lebih dari r_{tabel} 0.316, r_{tabel} dicari pada signifikansi 0.05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 39, maka masing-masing item pertanyaan dikatakan valid yaitu mampu mengukur variabel *Networking*.

5) Variabel Akhlaq dan Kepribadian (X_5)

Tabel 4.7

Uji Validitas Variabel Akhlaq dan Kepribadian

		Correlations								TOTAL
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	L
P1	Pearson Correlation	1	.712	.654	.720	.489	.579	.490	.668	.819
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.002	.000	.002	.000	.000
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39
P2	Pearson Correlation	.712	1	.532	.557	.502	.699	.659	.596	.808
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39
P3	Pearson Correlation	.654	.532	1	.827	.796	.653	.425	.628	.848
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.007	.000	.000
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39
P4	Pearson Correlation	.720	.557	.827	1	.683	.689	.466	.560	.851
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.003	.000	.000
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39
P5	Pearson Correlation	.489	.502	.796	.683	1	.525	.434	.432	.747
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.000	.000		.001	.006	.006	.000
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39
P6	Pearson Correlation	.579	.699	.653	.689	.525	1	.788	.663	.864
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001		.000	.000	.000
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39
P7	Pearson Correlation	.490	.659	.425	.466	.434	.788	1	.752	.765
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.007	.003	.006	.000		.000	.000
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39
P8	Pearson Correlation	.668	.596	.628	.560	.432	.663	.752	1	.805
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.006	.000	.000		.000
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39
TOTAL	Pearson Correlation	.819	.808	.848	.851	.747	.864	.765	.805	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.7 tampak bahwa nilai *pearson correlation total* lebih dari $r_{\text{tabel}} 0.316$, r_{tabel} dicari pada signifikansi 0.05 dengan uji

2 sisi dan jumlah data (n) = 39, maka masing-masing item pertanyaan dikatakan valid yaitu mampu mengukur variabel Akhlaq dan Kepribadian.

6) Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 4.8

Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

		Correlations					
		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.627**	.664**	.735**	.671**	.865**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	39	39	39	39	39	39
P2	Pearson Correlation	.627**	1	.776**	.596**	.791**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	39	39	39	39	39	39
P3	Pearson Correlation	.664**	.776**	1	.733**	.831**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	39	39	39	39	39	39
P4	Pearson Correlation	.735**	.596**	.733**	1	.544**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	39	39	39	39	39	39
P5	Pearson Correlation	.671**	.791**	.831**	.544**	1	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	39	39	39	39	39	39
TOTAL	Pearson Correlation	.865**	.863**	.913**	.834**	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	39	39	39	39	39	39

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.8 tampak bahwa nilai *pearson correlation total* lebih dari r_{tabel} 0.316, r_{tabel} dicari pada signifikansi 0.05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 39, maka masing-masing item pertanyaan dikatakan valid yaitu mampu mengukur variabel Kepuasan Nasabah.

b. Uji Reliabilitas

Perhitungan keandalan butir dalam penelitian ini menggunakan program *IBM Statistical Packages for Social Science (SPSS) 19* untuk mengukur reliabilitas dengan uji *Cronbach Alpha*, yaitu suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* \geq 0.6.

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Pengetahuan Produk (X_1)	0.823	Reliabel
Kemampuan Lobi (X_2)	0.836	Reliabel
<i>Performance</i> (X_3)	0.783	Reliabel
Networking (X_4)	0.786	Reliabel
Akhlaq dan Kepribadian (X_5)	0.790	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0.820	Reliabel

Sumber: Hasil olahan SPSS (terlampir)

Uji reliabilitas pada variabel penelitian dapat dilihat pada tabel 4.9, tampak bahwa nilai *Cronbach Alpha* masing-masing variabel menunjukkan angka yang melebihi dari 0.60, dengan nilai uji 2 sisi pada signifikansi 0.05 dengan jumlah data (n) = 39, didapat sebesar 0.316. Hal tersebut berarti semua variabel dalam penelitian ini adalah reliabel dengan tingkat reliabilitas yang beraneka ragam.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah dengan menggunakan uji statistik *Non-Parametrik Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Jika nilai K-S tidak signifikan pada ($\bar{p}0.05$) dengan kata lain residual berdistribusi normal. Uji normalitas dapat diketahui dengan mengamati histogram masing-masing variabel dan dengan melihat tingkat kecondongan yang merupakan selisih antara rata-rata dari nilai tengah. Hal ini menunjukkan simetri tidaknya distribusi data.³ Cara untuk mendeteksinya adalah dengan melihat nilai signifikansi *residual*. Jika signifikansi lebih dari 0.05 maka *residual* berdistribusi normal.

Tabel 4.10

Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		39
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.96561243
Most Extreme Differences	Absolute	.239
	Positive	.239
	Negative	-.135
Kolmogorov-Smirnov Z		1.493
Asymp. Sig. (2-tailed)		.611

a. Test distribution is Normal.

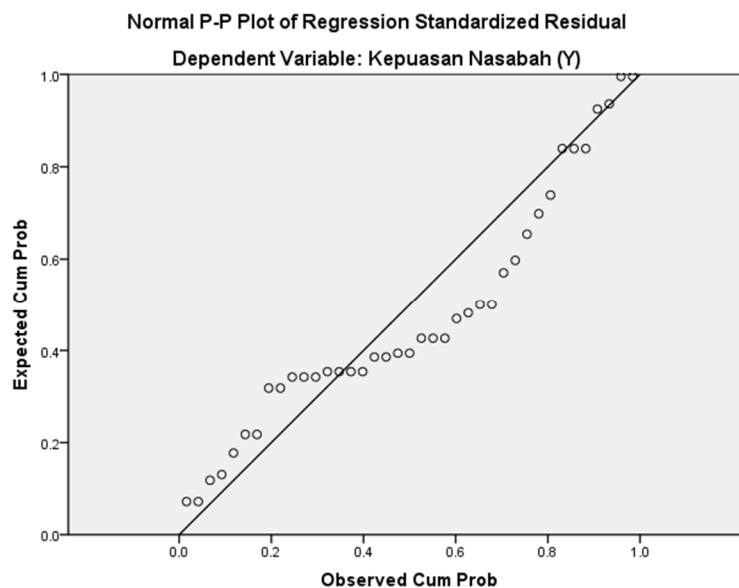
b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil 4.10 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0.611. Karena signifikansi lebih dari 0.05 maka *residual* berdistribusi dengan normal.

³ Nofiana Hidayatin, *Kualitas Pelayanan Dan pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru*, (Jur. Ekonomi Syariah IAIN SA Sby., 2012), 23.

Uji normalitas yang kedua menggunakan uji Grafik P-Plot untuk mengetahui data berdistribusikan normal atau tidak. Data berdistribusikan normal apabila titik-titik mengikuti garis linier.

Gambar 4.2
Grafik P-Plot



Berdasarkan gambar 4.2 menunjukkan bahwa residual berada pada garis linier yang berarti uji normalitas terpenuhi.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual data yang ada. Cara yang digunakan dalam pengujian ini adalah dengan uji *Spearman's Rho*. Jika ini signifikan antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji yang pertama dapat dilakukan menggunakan uji *Spearman's Rho*.

Tabel 4.11

Uji Heteroskedastisitas Spearman's Rho

			Correlations					
			Penguasaan Produk (X1)	Kemampuan Lobi (X2)	Performance (X3)	Networking (X4)	Akhlaq dan Kepribadian (X5)	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Penguasaan Produk (X1)	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	1.000 .000 39	.866** .000 39	.791** .000 39	.247 .130 39	.786** .000 39	.062 .710 39
	Kemampuan Lobi (X2)	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	.866** .000 39	1.000 .000 39	.859** .000 39	.085 .605 39	.848** .000 39	.091 .582 39
	Performance (X3)	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	.791** .000 39	.859** .000 39	1.000 .000 39	.025 .880 39	.706** .000 39	.066 .690 39
	Networking (X4)	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	.247 .130 39	.085 .605 39	.025 .880 39	1.000 .000 39	.221 .176 39	-.025 .880 39
	Akhlaq dan Kepribadian (X5)	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	.786** .000 39	.848** .000 39	.706** .000 39	.221 .176 39	1.000 .000 39	-.019 .908 39
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	.062 .710 39	.091 .582 39	.066 .690 39	-.025 .880 39	-.019 .908 39	1.000 .000 39

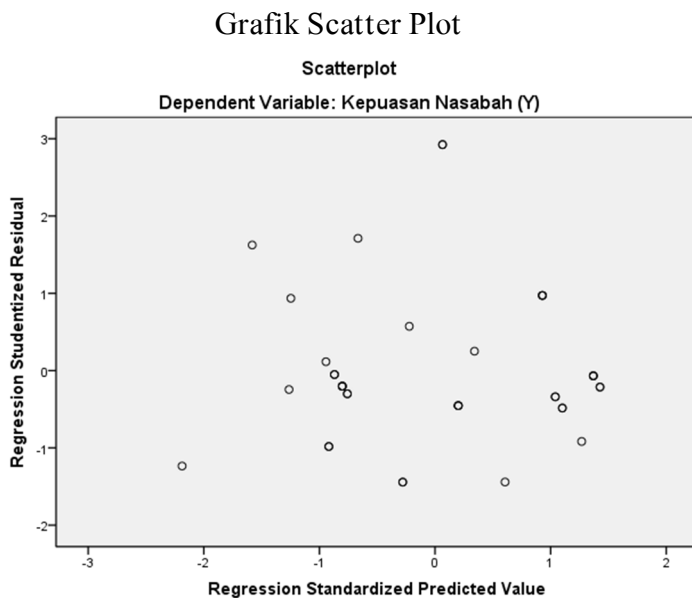
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk penguasaan produk sebesar 0.710, kemampuan lobi sebesar 0.582, *performance* sebesar 0.690, *networking* sebesar 0.880, akhlaq dan kepribadian sebesar 0.908. Karena signifikansi

lebih dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak ada masalah heteroskedastisitas.

Sedangkan uji heteroskedastisitas yang kedua dapat dilakukan dengan uji Grafik. Uji dilakukan dengan melihat pola titik-titik pada *scatterplot* regresi. Jika titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Gambar 4.3



Berdasarkan gambar grafik di atas terlihat titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

c. Uji Multikolonieritas

Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolonieritas, dalam penelitian ini dengan menggunakan *tolerance* dan VIF (*variance inflation factor*).⁴ *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih dan tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolonieritas yang tinggi. Nilai *cut off* yang dipakai oleh nilai *tolerance* 0.10 atau sama dengan nilai nilai VIF di atas 10. Apabila terdapat variabel bebas memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0.10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresinya.

⁴ Santosa P.B dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*, (Yogyakarta: ANDI, 2005), 238.

Tabel 4.12

Hasil Uji Multikolonieritas *Tolerance* dan VIF

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	1.395	1.693		.824	.416		
	Penguasaan Produk (X1)	.034	.155	.028	3.217	.019	.286	3.500
	Kemampuan Lobi (X2)	.121	.196	-.104	3.618	.001	.166	6.030
	Performance (X3)	.557	.200	.377	4.785	.009	.257	3.888
	Networking (X4)	.301	.104	-.221	4.896	.007	.811	1.234
	Akhlaq dan Kepribadian (X5)	.482	.087	.727	5.567	.000	.276	3.621

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada *coefficients* (nilai *tolerance* dan VIF). Dari output di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0.1 untuk semua variabel. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah multikolinearitas.

3. Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda

Adapun hasil persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13

Uji Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1.395	1.693		.824	.416		
	Penguasaan Produk (X1)	.034	.155	.028	3.217	.019	.286	3.500
	Kemampuan Lobi (X2)	.121	.196	-.104	3.618	.001	.166	6.030
	Performance (X3)	.557	.200	.377	4.785	.009	.257	3.888
	Networking (X4)	.301	.104	-.221	4.896	.007	.811	1.234
	Akhlaq dan Kepribadian (X5)	.482	.087	.727	5.567	.000	.276	3.621

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Hasil persamaan regresi linier berganda adalah

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

$$Y = 1.396 + 0.034X_1 + 0.121X_2 + 0.557X_3 + 0.301X_4 + 0.482X_5$$

penjelasan persamaan tersebut sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 1.396. Artinya jika Pengetahuan Produk (X_1), Kemampuan Lobi (X_2), *Performance* (X_3), *Networking* (X_4) dan Akhlaq dan Kepribadian (X_5) nilainya 0, maka Kepuasan Nasabah (Y) nilainya sebesar 1.396.
- Koefisien regresi Pengetahuan Produk (X_1) sebesar 0.034. Artinya jika Pengetahuan Produk (X_1) mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.034 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.

- c. Koefisien regresi Kemampuan Lobi (X_2) sebesar 0.121. Artinya jika Kemampuan Lobi (X_2) mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.121 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.
- d. Koefisien regresi *Performance* (X_3) sebesar 0.557. Artinya jika *Performance* (X_3) mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.557 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.
- e. Koefisien regresi *Networking* (X_4) sebesar 0.301. Artinya jika *Networking* (X_4) mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.301 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.
- f. Koefisien regresi Akhlaq dan Kepribadian (X_5) sebesar 0.482. Artinya jika Akhlaq dan Kepribadian (X_5) mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.482 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.

4. Uji Hipotesis

a. Uji f

Uji f bertujuan untuk mengukur apakah kinerja agen (meliputi penguasaan produk, kemampuan lobi, *performance*, *networking*, akhlaq dan kepribadian) berpengaruh secara simultan dalam proses penawaran

berasuransi terhadap kepuasan nasabah di PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Surabaya. Berikut adalah hasil uji f:

Tabel 4.14

Hasil Uji f

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	190.860	5	38.172	35.847	.000 ^a
	Residual	35.140	33	1.065		
	Total	226.000	38			

a. Predictors: (Constant), Akhlaq dan Kepribadian (X5), Networking (X4), Performance (X3), Penguasaan Produk (X1), Kemampuan Lobi (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan f tabelnya yaitu 95%, $\alpha = 5\%$, df 1 (6-1= 5) dan df 2 (n-k-1, 39-5-1= 33) $f_{\text{tabel}} = 2.503$. Hasil diperoleh untuk f_{tabel} yaitu 2.503. Hasil di atas menunjukkan $f_{\text{hitung}} \geq f_{\text{tabel}}$ (35.847 \geq 2.503), maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

b. Uji t

Uji t bertujuan untuk mengukur apakah kinerja agen (meliputi penguasaan produk, kemampuan lobi, *performance*, *networking*, akhlaq dan kepribadian) berpengaruh secara parsial dalam proses penawaran berasuransi terhadap kepuasan nasabah di PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Surabaya.

Tabel 4.15

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.395	1.693		.824	.416		
Penguasaan Produk (X1)	.034	.155	.028	3.217	.019	.286	3.500
Kemampuan Lobi (X2)	.121	.196	-.104	3.618	.001	.166	6.030
Performance (X3)	.557	.200	.377	4.785	.009	.257	3.888
Networking (X4)	.301	.104	-.221	4.896	.007	.811	1.234
Akhlaq dan Kepribadian (X5)	.482	.087	.727	5.567	.000	.276	3.621

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan t_{tabel} yaitu $5\%:2 = 2.5\%$, $df (n-k-1, 39-5-1 = 33)$, hasilnya adalah $t_{\text{tabel}} = 2.035$. Pada tabel 4.12 maka $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ (pengetahuan produk: $3.217 \geq 2.035$, kemampuan lobi: $3.618 \geq 2.035$, *performance*: $4.785 \geq 2.035$, *networking*: $4.896 \geq 2.035$, akhlaq dan kepribadian: $5.567 \geq 2.035$) maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Berdasarkan pengujian hipotesis di atas adalah sebagai berikut:

- 1) Uji f: kinerja agen (meliputi penguasaan produk, kemampuan lobi, *performance*, *networking*, akhlaq dan kepribadian) berpengaruh secara simultan dalam proses penawaran berasuransi terhadap kepuasan nasabah di PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Surabaya.

Sedangkan pada model regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel kinerja agen, pengetahuan produk (X_1), kemampuan lobi (X_2), *performance* (X_3), *networking* (X_4) dan akhlaq dan kepribadian (X_5) memiliki nilai koefisien regresi yang positif yang

berarti bahwa semakin tinggi kinerja agen, pengetahuan produk (X_1), kemampuan lobi (X_2), *performance* (X_3), *networking* (X_4) dan akhlaq dan kepribadian (X_5) maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi. Hasil uji secara simultan yang dapat dilihat dari uji F yaitu variabel kinerja agen, pengetahuan produk (X_1), kemampuan lobi (X_2), *performance* (X_3), *networking* (X_4) dan akhlaq dan kepribadian (X_5) berpengaruh secara simultan dalam proses penawaran berasuransi terhadap kepuasan nasabah.

Kesimpulannya adalah kinerja agen (meliputi penguasaan produk, kemampuan lobi, *performance*, *networking*, akhlaq dan kepribadian) berpengaruh secara simultan dalam proses penawaran berasuransi terhadap kepuasan nasabah di PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Surabaya, sehingga hipotesis 1 teruji kebenarannya.

- 2) Uji t: kinerja agen (meliputi penguasaan produk, kemampuan lobi, *performance*, *networking*, akhlaq dan kepribadian) berpengaruh secara parsial dalam proses penawaran berasuransi terhadap kepuasan nasabah di PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Surabaya.

Hasil uji t menunjukkan bahwa:

$$Y = 1.396 + 0.034X_1 + 0.121X_2 + 0.557X_3 + 0.301X_4 + 0.482X_5$$

- (a) Koefisien regresi Pengetahuan Produk (X_1) sebesar 0.034. Artinya jika Pengetahuan Produk (X_1) mengalami kenaikan satu satuan,

maka Kepuasan Nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.034 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.

(b) Koefisien regresi Kemampuan Lobi (X_2) sebesar 0.121. Artinya jika Kemampuan Lobi (X_2) mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.121 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.

(c) Koefisien regresi *Performance* (X_3) sebesar 0.557. Artinya jika *Performance* (X_3) mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.557 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.

(d) Koefisien regresi *Networking* (X_4) sebesar 0.301. Artinya jika *Networking* (X_4) mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.301 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.

(e) Koefisien regresi Akhlaq dan Kepribadian (X_5) sebesar 0.482. Artinya jika Akhlaq dan Kepribadian (X_5) mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.482 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.

Berdasarkan uraian di atas maka kinerja agen (meliputi penguasaan produk, kemampuan lobi, *performance*, *networking*, akhlaq dan kepribadian) berpengaruh secara parsial dalam proses penawaran berasuransi terhadap kepuasan nasabah di PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Surabaya.

3) Pengaruh paling besar dari variabel bebas terhadap variabel terikat

Tabel 4.16

Pengaruh Variabel Bebas Paling Dominan Terhadap Variabel Terikat

Variabel	Nilai
Pengetahuan Produk (X_1)	3.217
Kemampuan Lobi (X_2)	3.618
<i>Performance</i> (X_3)	4.785
<i>Networking</i> (X_4)	4.896
Akhlaq dan Kepribadian (X_5)	5.567

Sumber: Hasil olahan SPSS

Dari tabel 4.16 menunjukkan bahwa variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi variabel terikat adalah variabel akhlaq dan kepribadian. Hasil pengaruh paling dominan tersebut diperoleh dari hasil uji parsial sebesar 5.567 yang menunjukkan pengaruh secara parsial yang paling dominan mempengaruhi variabel terikat (kepuasan nasabah).