

**PENGARUH LOKASI KANTOR ASURANSI TAKAFUL
KELUARGA BENGKULU TERHADAP
KEPUASAN NASABAH**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH:

EMILDA UTAMI
NIM 1316140333

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU 2017/ 1438 H**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi dengan judul “Pengaruh Lokasi Kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu Terhadap Kepuasan Nasabah”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni merupakan gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Agustus 2017 M
Dzulqo'dah 1438 H

g menyatakan

Emilda Utami

NIM 1316140333

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Emilda Utami, NIM 1316140333 dengan judul "Pengaruh Lokasi Kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu Terhadap Kepuasan Nasabah", Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 16 Agustus 2017 M

24 Dzulqa'idah 1438 H

Pembimbing I



(Dra. Fatimah Yunus, M.A)
NIP. 196303192000032003

Pembimbing II



(Yosy Arisandy, MM)
NIP. 198508012014032001



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul *Pengaruh Lokasi Kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu*, oleh: Emilda Utami, NIM 1316140333, Program Studi Perbankan Syariah telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 23 Agustus 2017 M/ 1 Dzulhijjah 1438 H

Dinyatakan LULUS, dan telah diperbaiki sesuai saran, oleh sebab itu dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 29 Agustus 2017 M
8 Dzulhijjah 1438 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Dra. Fatmah Yunus, MA
NIP 196303192000032003

Sekretaris

Yosy Arisandy, MM
NIP 198508012014032001

Penguji I

Dr. H. M. Zaini Da'un, MM
NIP 195403231976121001

Penguji II

Rini Elvira, SE, M.Si
NIP 197708152011012007

Mengetahui,

Dekan,

Dr. Asnaini, MA
NIP 197304121998032003

MOTTO

*“Memulai dengan penuh keyakinan, Menjalankan dengan penuh keikhlasan,
Dan Menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan.”(E.U)*

“Ketika engkau berjalan dan terjatuh maka segeralah berdiri dan berlari karena bila engkau berdiam meratapi lukamu maka engkau akan tertinggal jauh dari orang-orang yang berjuang keras untuk hidup maju.”(E.U)

“Manusia tidak pernah berhenti berpikir. Mulailah memikirkan hari depanmu, jangan engkau memikirkan apa yang telah engkau lewati.”(E.U)

“Setiap tetes keringat yang mengalir dari tubuh orang tuaku adalah motivasi bagiku untuk segera mencapai keberhasilanku.” (E.U)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang tak pernah berhenti memberikan kenikmatan, kemudahan, perlindungan kepadaku sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dan dengan segala kerendahan hati kupersembahkan Skripsi ini kepada:

- 1. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Raji'un Asib dan Ibu Haplaini yang selalu mendo'akan, membimbing dan tidak bosan memberikan nasihat dan dukungan kepadaku.*
- 2. Saudara dan Keluarga besarku tersayang (ayuk Nengsi, ayuk Anjah, Adik Nando, kakak Supriadi, Danu dan Kirana).*
- 3. Ibu Khairiya Elwardah, M.Ag sebagai Pembimbing Akademik,*
- 4. Ibu Dra. Fatimah Yunus selaku Pembimbing I dan Ibu Yosy Arisandy MM selaku Pembimbing II yang selalu membimbing dan memberi pengarahan kepadaku untuk dapat menyelesaikan Skripsi ini.*
- 5. Bapak dan Ibu Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu terutama Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak memberi ilmu yang bermanfaat.*
- 6. Sahabat-sahabat terhebatku (Meita, Azilan, Yuniarti, Eka, Fifi, Dwi, Suris, Nurlaila, Ade, Meji, Shintia dan Melda) yang selalu menjadi penghibur dan penyemangatku.*
- 7. Sahabatku MN2BI (Okta, Nur, Dina dan Dewi).*
- 8. Teman terbaikku Anto .L yang selalu membantu dan memberi dukungan.*
- 9. Teman-teman seperjuangan angkatan 2013 (teman KKN, PKL, dan terkhususnya lokal A dan G).*
- 10. Dan Almamater yang telah menempahku.*

ABSTRAK

Pengaruh Lokasi Kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu Terhadap Kepuasan Nasabah Oleh Emilda Utami, NIM 1316140333

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu terhadap kepuasan nasabah dan seberapa besar pengaruhnya. Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara mendalam dengan pengujian statistik, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data studi lapangan berupa data primer yang disebar melalui kuesioner (angket) tertutup. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa lokasi Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah hal tersebut dibuktikan dengan hasil perhitungan uji t yaitu nilai signifikansi untuk lokasi adalah 0,023 (signifikansi $< \text{Alpha } 0,05$). Pengaruh lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu terhadap kepuasan nasabah yaitu sebesar 0,171 dengan persentase sebesar 17,1% sedangkan sisanya 82,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian yang dilakukan peneliti seperti produk, harga dan promosi.

Kata kunci: Lokasi, Kepuasan Nasabah, Asuransi Takaful

TRANSLITERASI

Huruf Arab	Alih askara	Keterangan
ا	A a	
ب	B b	
ت	T t	
ث	Ts ts	
ج	J j	
ح	H h	h dengan satu titik di bawah
خ	Kh kh	
د	D d	
ذ	Dz dz	
ر	R r	
ز	Z z	
س	S s	
ش	Sy sy	
ص	Sh sh	
ض	Dh dh	
ط	Th th	
ظ	Zh zh	
ع	‘A ‘a	<i>Voiced pharyngeal fricative</i>
غ	Gh gh	
ف	F f	
ق	Q q	
ك	K k	
ل	L l	
م	M m	
ن	N n	
ه	H h	
و	W w	
ء	Tidak dilambangkan atau ‘	
ي	Y y	
Vokal panjang	ā ī ū	ditandai dengan garis di atas vokal
اي	Ay	Diftong
او	Aw	Diftong

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Lokasi Kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu Terhadap Kepuasan Nasabah”. Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan pada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang menjadi uswatun hasanah bagi kita semua. Amin.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah, Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih teriring doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT, kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajudin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberi petunjuk dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.

3. Desi Isnaini, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
4. Dra. Fatimah Yunus, M.A selaku pembimbing I dan Yosy Arisandy, MM selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Dr. H. M, Zaini Da'un, MM selaku penguji I dan Rini Elvira, SE, M.Si selaku penguji II, yang telah memberikan pengarahan dan ilmu yang bermanfaat.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan semasa perkuliahan.
7. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis ke depan.

Bengkulu, 18 Agustus 2017 M
26 Dzulqa'idah 1438 H

Emilda Utami
NIM 1316140333

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
.....	
ABSTRAK	vii
TRANSLITERASI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
E. Penelitian Terdahulu	6
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR	
A. Kajian Teori	11
1. Kepuasan Nasabah.....	11
a. Pengertian Kepuasan Nasabah	11
b. Pengukuran Kepuasan Nasabah	14
c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Ketidakpuasan Pelanggan	17
2. Lokasi (<i>Place</i>).....	19
a. Pengertian Lokasi.....	19
b. Perencanaan Lokasi.....	20
c. Faktor-faktor Yang Diperhatikan.....	21
3. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah.....	22
4. Kerangka Berpikir.....	24
5. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	27
B. Waktu Dan Lokasi Penelitian	27
C. Populasi Dan Sampel.....	28
D. Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data	29
1. Sumber Data	29

2. Teknik Pengumpulan Data	30
E. Instrumen Penelitian	31
F. Variabel Dan Definisi Operasional	32
G. Teknik Analisis Data	34
1. Uji Kualitas Data	34
2. Uji Hipotesis	36
3. Uji Determinasi	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
1. Deskripsi Responden	39
2. Deskripsi Lokasi Penelitian	42
B. Hasil Penelitian.....	51
1. Statistic Deskriptif	51
2. Pengujian Kualitas Data	51
a. Uji Validitas Data	51
b. Uji Reliabilitas Data	53
c. Uji Normalitas Data	54
d. Uji Homogenita Data	55
3. Uji Hipotesis.....	56
a. Model Regresi Linear Sederhana.....	56
b. Uji t	57
4. Uji Koefisien Determinasi	58
C. Pembahasan.....	58

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	61
B. Saran-saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Skala <i>Likert</i>	31
Tabel 3.2 : Skala Koefisien Determinasi.....	38
Tabel 4.1 : Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 : Usia	40
Tabel 4.3 : Pekerjaan.....	41
Tabel 4.4 : Statistic Deskriptif	51
Tabel 4.5 : Hasil Uji Validitas Lokasi (X) Dan Kepuasan Nasabah (Y)	52
Tabel 4.6 : Hasil Uji Reliabilita	53
Tabel 4.7 : Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.8 : Hasil Uji Homogenitas.....	55
Tabel 4.9 : Hasil Uji Linier Regresi Sederhana	56
Tabel 4.10 : Hasil Uji t.....	57
Tabel 4.11 : Hasil Uji Determinasi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Berpikir	25
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Takaful Keluarga Bengkulu	50

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Lembar Bimbingan Skripsi Pembimbing I dan II
- Lampiran 2 : Bukti Menghadiri Seminar Proposal
- Lampiran 3 : Daftar Hadir Seminar Proposal Mahasiswa
- Lampiran 4 : Surat Pengajuan SK Pembimbing
- Lampiran 5 : Surat Penunjukkan SK Pembimbing
- Lampiran 6 : Surat Pengajuan Izin Penelitian
- Lampiran 7 : Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 8 : Rekomendasi Tentang Penelitian
- Lampiran 9 : Izin Penelitian
- Lampiran 10 : Surat Keterangan Selesai Penelitian
- Lampiran 11 : Waktu Penelitian
- Lampiran 12 : Analisis Deskriptif
- Lampiran 13 : Uji Validitas Data
- Lampiran 14 : Uji Reliabelitas Data
- Lampiran 15 : Uji Normalitas dan Uji Homogenitas Data
- Lampiran 16 : Uji Regresi Linear Sederhana
- Lampiran 17 : Uji T dan Uji Determinasi
- Lampiran 18 : Tabulasi Data
- Lampiran 19 : Data Nasabah
- Lampiran 20 : Data Kuesioner
- Lampiran 21 : Foto Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.¹ Mengkaji kegiatan manusia yang selaras dengan kehendak syariat, dari segi memperoleh dan menggunakan sumber ekonomi untuk kebaikan diri serta kebaikan bersama demi mendapatkan keridhoan Allah SWT. Adanya ekonomi berbasis Islam berdampak juga terhadap perkembangan lembaga keuangan syariah dan lembaga non keuangan syariah, yang mengharuskan setiap lembaga untuk merespon perubahan yang terjadi, dan salah satu lembaga yang merespon perubahan tersebut adalah Asuransi Syariah.

Asuransi Syariah menurut Dewan Syariah Nasional No.21/DSNMUI/X/2001 adalah perjanjian yang bertkaitan dengan usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan atau tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko/bahaya tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.² Perintah

¹ Nurul Hak, *Ekonomi Islam Hukum Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Teras, 2011), h. 5

² Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009), h. 245

tolong menolong diantara sejumlah orang ini dipertegas juga dalam firman Allah Q.S. Al-Maidah 5:2.

... وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ

الْعِقَابِ ﴿٥٢﴾

Artinya: “... tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong-menolonglah dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksanya”. (Q.S, al-Maidah 5:2).³

Kebutuhan akan kehadiran jasa asuransi yang berlandaskan syariah diawali dengan didirikannya Asuransi Takaful Keluarga oleh PT. Asuransi Takaful Indonesia pada tanggal 5 mei 1994 yang bergerak di bidang asuransi jiwa syariah, dan Asuransi Takaful Umum yang resmi beroperasi pada tanggal 2 juni 1995, yang bergerak di bidang umum syariah.⁴

Adanya Asuransi Takaful bertujuan untuk menjunjung tinggi prinsip keadilan antar peserta dengan perusahaan sehingga peserta tidak merasa dirugikan karena mempunyai hak yang sama atas keuntungan. Agar layanan jasa asuransi dapat lebih berkembang, Asuransi Takaful Keluarga telah membuka cabang di beberapa Kota yang ada di Indonesia, salah satunya di Kota Bengkulu.

³³kementrian agama RI, Al-Quran dan Terjemahannya, (Bandung:CV Penerbit Diponegoro, 2006), h. 85

⁴ Rosy Nurmayanti, “Pengaruh Customer Value, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Pelanggan Asuransi Syariah di Kota Bengkulu,” Skripsi. (Universitas Bengkulu, Bengkulu, 2014). h. 44

Hadirnya Asuransi Takaful Keluarga di Kota Bengkulu pada tahun 2005, membuat persaingan bisnis dewasa semakin ketat dalam meningkatkan kompetensi agar tidak kalah bersaing dalam pasar asuransi. Persaingan tersebut, menuntut perusahaan Asuransi untuk mampu merancang strategi pemasaran dalam mendapatkan dan meningkatkan kepuasan nasabahnya. Dalam meningkatkan kepuasan tersebut, Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu menawarkan beberapa layanan produk asuransi, seperti produk asuransi jiwa murni (*Al-Khairat*) dan produk asuransi dana pendidikan (*Takaful Fulnadi*).

Pada penelitian ini lebih memfokuskan penelitian pada kepuasan nasabah produk *takaful fulnadi*, yang merupakan produk layanan jasa paling banyak diminati oleh nasabah di Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu.⁵ Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) jasa yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jadi, jika hasil yang diberikan dibawah harapan, maka pelanggan tidak puas. Namun jika hasil memenuhi harapan, pelanggan akan puas. Tapi jika hasil melebihi harapan, pelanggan akan amat puas.⁶ Dan salah satu indikator dalam memberikan kepuasan kepada nasabah yakni dengan menggunakan penentuan lokasi.

Lokasi merupakan salah satu alat pemasaran dari empat bauran pemasaran yang disebut *marketing mix*. Lokasi kantor dapat

⁵ Linda, Staf Asuransi, Wawancara pada tanggal 27 Februari

⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, h. 177

didefinisikan sebagai tempat, kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha.⁷ Jadi, lokasi disini adalah tempat dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan. Menimbang lokasi Asuransi Takaful Bengkulu telah melakukan empat kali perpindahan di lokasi yang berbeda.

Perpindahan tersebut ditujukan untuk memberikan kepuasan pada nasabah dengan mempertimbangkan faktor-faktor penting dalam penentuan lokasi tersebut, yaitu seperti memilih lokasi yang berada di pusat kota, mudahnya akses ke lokasi asuransi, lokasi dapat dijangkau dengan transportasi, lokasi yang dapat dilihat dari tepi jalan (*vivibilitas*), tempat parkir yang luas, dan dekatnya lokasi asuransi dengan fasilitas-fasilitas umum.⁸ Namun data lapangan yang ditemukan menggunakan angket, menunjukkan bahwa penentuan lokasi kantor pada skala *likert* berada di skor 4 yang artinya nasabah setuju dengan lokasi kantor yang sekarang ini, sedangkan pada kepuasan nasabah pada skala *likert* berada di skor 3 yang artinya kepuasan nasabah diungkapkan dengan ragu-ragu.⁹ Jadi, meskipun penentuan lokasi tersebut telah di setujui dan sesuai dengan strategi untuk memenuhi kepuasan nasabah, namun nasabah masih mengungkapkan kesetujuan kepuasannya terhadap lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu tersebut dengan perasaan

⁷Danny Aditya, “*Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Warnet (Studi Di Jalan Simogan, Semarang)*,” Skripsi (Universitas Diponegoro, Semarang, 2012), h. 3

⁸Data Primer Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu 2017

⁹Data Primer Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu 2017

ragu-ragu. Hal ini jelas bertentangan dengan teori, yang menyatakan jika semakin strategis lokasi maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan.¹⁰

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis merasa perlu meneliti lebih dalam lagi dengan menggunakan pengujian secara statistik mengenai lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu, dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabahnya. Maka penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan ini dengan judul penelitian **“Pengaruh Lokasi Kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu Terhadap Kepuasan Nasabah”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah ?
2. Seberapa besar pengaruh lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu terhadap kepuasan nasabah ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu terhadap kepuasan nasabah.

¹⁰Muchamad Ali Machsum, “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada “EDO” Rent Car Semarang”, Skripsi (Universitas Diponegoro, Semarang, 2012), h. 54

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu terhadap kepuasan nasabah.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya mengenai ilmu ekonomi Islam dan ilmu pemasaran terutama yang berkenaan dengan lokasi dan kepuasan nasabah.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu dalam mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabahnya, sehingga kedepannya dapat menentukan langkah-langkah pemilihan lokasi yang strategis dan lebih baik lagi.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Yulianto, pada tahun 2015 telah menulis sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPRS Safir Bengkulu Dalam Memanfaatkan Tabungan Wadi’ah”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel *convenience sampling*. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPRS Safir Bengkulu Dalam Memanfaatkan Tabungan Wadi'ah.¹¹ Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada penelitian ini peneliti memfokuskan penelitian pada lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu sebagai variabel independen yang mempengaruhi kepuasan nasabah, dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif asosiatif yang menggunakan teknik analisis Regresi Linear Sederhana.

Lovenia, pada tahun 2012 dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang)”. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dan kualitatif, dan menggunakan analisis uji asumsi klasik dan uji f, hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.¹² Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis teliti adalah penulis akan menganalisis lokasi pada Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu, apakah lokasi yang sekarang mempengaruhi kepuasan yang dirasakan nasabah dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Lokasi obyek penelitiannya juga

¹¹ Yulianto, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPRS Safir Bengkulu Dalam Memanfaatkan Tabungan Wadi'ah*,” Skripsi, (IAIN Bengkulu, 2015).

¹² Cristiana Okky Augusta Lovenia, “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang)*,” Skripsi, (Universitas Diponegoro, Semarang, 2012).

berbeda, pada penelitian ini akan memilih obyek penelitian di Asuransi Takaful Keluarga yang ada di kota Bengkulu.

Irsad. Z, pada tahun 2010 dengan judul “Pengaruh *Marketing Mix (Product, Price, Promotion, place)* terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Operator Esia,”. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel *marketing mix* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.¹³ Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis teliti adalah penulis menggunakan teknik *nonprobability sampling* untuk memilih sampel, dan menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif, yang kemudian memaparkan mengenai pengaruh lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu terhadap kepuasan nasabah.

F. Sistematika Penulisan

Pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, dengan urutan dan sistematika sebagai berikut:

BAB I : Menguraikan pendahuluan yang menjadi pondasi dari setiap karya ilmiah yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan skripsi.¹⁴ Latar belakang masalah dapat

¹³ Irsad. Z, “Pengaruh *Marketing Mix (Product, Price, Promotion, place)* terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Operator Esia,”. Skripsi, (UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010).

¹⁴ Morissan, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 15

memberikan informasi yang relevan kepada peneliti untuk membantu menemukan pokok permasalahan yang dimulai dari hal yang umum kepada hal yang khusus. Pokok permasalahan merupakan pernyataan tentang suatu keadaan yang memerlukan pemecahan dan jawaban dari ketidaksesuaian antara teori yang ada dan praktik dilapangan. Batasan masalah digunakan dalam penelitian agar masalah yang akan dibahas hanya terfokus pada suatu permasalahan yang benar-benar ingin dipecahkan dan tidak terlalu luas karena akan menyulitkan peneliti yang akan melakukan penelitian. Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang dirumuskan secara formal atau pertanyaan yang diharapkan akan ditemukan jawabannya melalui penelitian yang dilakukan, dan juga bermanfaat untuk mempermudah dalam melaksanakan penelitian karena rumusan masalah sebagai pendorong atau penyebab suatu penelitian yang dilakukan. Kegunaan penelitian menjelaskan secara tegas untuk apa penelitian dilakukan dan memaparkan manfaat penelitian dalam pengembangan penelitian berikutnya. Penelitian terdahulu ditunjukkan untuk melihat lebih dalam permasalahan-permasalahan yang ada dalam penelitian sekarang dan untuk melihat kekurangan dari penelitian terdahulu guna mendapatkan hasil penelitian baru yang baik dan bermanfaat. Sistematika penulisan memaparkan setiap bab atau komponen-komponen dalam skripsi secara runtun dan singkat.

BAB II : menguraikan tentang kajian teori dan kerangka berpikir, yang menguraikan tentang teori pemasaran, kepuasan nasabah, lokasi, pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabah. pada teori kepuasan nasabah akan dipaparkan mengenai pengertian kepuasan nasabah, pengukuran kepuasan nasabah, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan. Sedangkan dalam teori lokasi akan dipaparkan mengenai pengertian lokasi, perencanaan lokasi dan pertimbangan dalam memilih lokasi..Kemudian kerangka berpikir mengemukakan langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penelitian dengan memperlihatkan permasalahan dalam penelitian, sedangkan hipotesis dibuat untuk memberikan arah bagi penelitian yang akan dilaksanakan, dan membantu peneliti untuk menghindari berbagai variabel pengganggu dan menjadi dugaan awal hasil penelitian.

BAB III : Berisi mengenai metode penelitian yang merupakan pemecahan atas masalah yang diteliti lebih terarah. Metode penelitian terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber dan teknik pengumpulan data, definisi dan variabel, operasional dan teknik analisa data. Metode penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi secara ilmiah.

BAB IV : berisi gambaran umum lokasi penelitian dan dan pembahasan hasil penelitian. Gambaran umum berupa penyajian informasi mengenai lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu di Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Hasil penelitian berupa

penjelasan penyajian data hasil penelitian yang sudah diolah, yang disajikan dalam bentuk tabel. Penyajian data ini disertai dengan penjelasan secara deskriptif, sehingga dapat memperjelas sajian tabel tersebut.

BAB V : Berisi kesimpulan dan saran. Dimana kesimpulan merupakan penyajian secara singkat apa yang diperoleh dari pembahasan serta saran merupakan anjura yang diberikan peneliti kepada pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian dan berguna bagi penelitian selanjutnya.¹⁵

¹⁵ Mudrajat Kuncoro, *Menulis Skripsi / Tesis Dalam 60 Hari*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2015), h. 122.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. KAJIAN TEORI

1. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kata “kepuasan atau *satisfaction*” berasal dari bahasa Latin “statis” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (artinya melakukan atau membuat) secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai.

Secara umum, kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk/jasa yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan amat puas.¹⁶

Pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau organisasi. Setiap orang dalam perusahaan harus bekerja dengan nasabah internal dan eksternal untuk menentukan kebutuhan mereka. Bagi perusahaan yang berfokus pada kepada

¹⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, h. 177.

pelanggan, kepuasan pelanggan adalah sasaran sekaligus alat pemasaran.¹⁷

Kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan pelanggan.¹⁸ Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian.¹⁹

Dari definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap perasaan yang timbul setelah mengevaluasi perbedaan pengalaman antara sebelum pembelian dan setelah pemakaian produk atau jasa yang bersangkutan.

Tujuan dari sebuah usaha tidak hanya sebatas besaran laba yang diterima, namun tujuan yang lebih utama adalah kepuasan dari pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat terasa dalam dunia usaha jasa karena pelanggan berhubungan langsung secara aktif

¹⁷ Singgih Santoso, Fandy Tjiptono, *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi Dengan SPSS*, (Jakarta: Alex Media, 2011), h. 4.

¹⁸ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 193

¹⁹ Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfacion*, Cet ketiga, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 30

dengan pemberi jasa tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan modal dasar bagi perusahaan dalam membangun loyalitas. Variabel ini adalah variabel laten yang diukur dengan 3 indikator terobservasi, yaitu:

- 1) *Overall Satisfaction* (kepuasan pelanggan secara menyeluruh), yaitu penyedia layanan jasa asuransi mampu memberikan layanan yang terbaik dan menyeluruh.
- 2) *Confirmation Of Expectation* (konfirmasi harapan), yaitu kemampuan penyedia layanan jasa asuransi memberikan layanan asuransi sesuai harapan pelanggan.
- 3) *Comparison Of Ideal* (perbandingan dengan kondisi ideal), yaitu kemampuan jasa layanan asuransi memberikan layanan asuransi sesuai persepsi pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono, ada dua model kepuasan pelanggan yaitu:

- 1) Model Kognitif

Yaitu penilaian pelanggan berdasarkan pada perbedaan antara suatu kumpulan dari kombinasi atribut yang dipandang ideal untuk individu dan persepsinya tentang kombinasi dari atribut yang sebenarnya. Dengan kata lain penilaian berdasarkan perbedaan yang ideal dengan yang aktual. Apabila yang ideal sama dengan persepsinya maka pelanggan akan puas, sebaliknya apabila perbedaan antara

yang ideal dengan yang aktual semakin besar maka pelanggan akan semakin tidak puas. Berdasarkan model ini maka kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan dua cara yang utama, yaitu:

- a) Mengubah penawaran perusahaan agar sesuai dengan yang ideal.
- b) Meyakinkan pelanggan bahwa yang ideal tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.

2) Model Afektif

Yaitu penilaian pelanggan terhadap suatu produk tidak semata-mata berdasarkan perhitungan rasional saja tetapi juga berdasarkan pada tingkat aspirasi, perilaku belajar, emosi perasaan spesifik, suasana hati, dan lain-lain.

b. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah bernilai sangat penting bagi sebuah perusahaan, sehingga perlu dilayani dengan sebaik-baiknya. Untuk mengetahui nasabah puas atau tidak puas terhadap suatu perusahaan, maka perlu adanya alat ukur untuk menentukan kepuasan nasabah. Alat ukur dapat membantu perusahaan memahami dan meramalkan perusahaan secara lebih baik lagi.²⁰

²⁰Kasmir, *Pemasaran Bank*, (rev.ed: Jakarta Kencana, 2004), h. 161

Menurut Philip Kotler, terdapat beberapa metode yang bisa digunakan perusahaan untuk mengukur kepuasannya, yaitu:²¹

1) Sistem keluhan dan saran

Saran, kritik, pendapat atau keluhan dari konsumen merupakan salah satu cara perusahaan dalam mengukur kepuasan pelanggan. Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan akses yang mudah serta nyaman supaya konsumen mendapat kesempatan untuk menyampaikan saran, pendapat, keluhan atau kritik.

2) *Ghost shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang yang disebut *ghost shopper* untuk berperan sebagai pelanggan potensial produksi perusahaan lain dan kemudian menilai cara perusahaan lain melayani permintaan spesifik konsumen, menjawab pertanyaan konsumen dananggapi setiap keluhan.

3) *Lost Customer Analysis*

Dengan metode ini perusahaan berusaha untuk menghubungi para konsumennya telah berhenti membeli atau beralih ke produk lain atau pemakai jasa yang telah beralih ke pemasok lain. Dengan metode ini perusahaan mendapatkan informasi

²¹ Kasmir, *Pemasaran...*, h. 164

serta memahami mengapa hal tersebut dapat terjadi agar perusahaan dapat mengambil kebijakan perbaikan atau langkah selanjutnya yang harus diambil dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

4) Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan banyak menggunakan metode ini, baik melalui pos, telepon, ataupun wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.

Setiap perusahaan harus memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, dengan memberikan mutu produk yang lebih baik, kenyamanan dan keamanan pada saat berada di lokasi perusahaan. Berikut ini ada beberapa tipe dari konsumen antara lain:

1) Tipe konsumen *apostles*

Yaitu konsumen yang puas atau apa yang didapatkan oleh konsumen tersebut melebihi apa yang diharapkan, sehingga konsumen akan loyal dan terus melakukan pembelian kembali. Tipe konsumen ini akan memberikan efek berantai tentang perusahaan tersebut kepada orang lain.

2) Tipe konsumen *defectors*

Yaitu konsumen yang merasa pelayanan yang diberikan perusahaan tidak ada sesuatu yang lebih baik atau bersifat standar dan biasa-biasa saja. Biasanya konsumen akan berhenti melakukan pembelian atas produk tersebut karena merasa produk yang digunakan sama saja dengan yang diberikan produk lain, sehingga ia beralih kepada produk lain yang mampu memberikan kepuasan lebih dari apa yang diharapkannya.

3) Tipe konsumen *terrorist*

Yaitu konsumen yang mempunyai pengalaman buruk atau negatif terhadap perusahaan, sehingga konsumen akan mengatakannya kepada orang lain.

4) Tipe konsumen *hostages*

Yaitu konsumen yang tidak puas akan sesuatu produk namun tidak dapat melakukan pembelian kepada barang lain, karena tidak ada produk pesaing yang ada di daerah tersebut, jadi meskipun nasabah tidak puas tapi tetap tidak bisa berpaling.

5) Tipe konsumen *mercenaries*

Yaitu konsumen yang sangat puas namun tidak mempunyai kesetiaan terhadap produk tersebut karena dipengaruhi oleh rendahnya faktor lain, misalnya meskipun nasabah puas

terhadap lingkungan tempat Asuransi yang nyaman dan aman, namun karena jaraknya yang jauh maka ia beralih.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan ketidakpuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh tingkat pelayanan, agar layanan dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani, ada empat persyaratan pokok yaitu:

- 1) Tingkah laku yang sopan
- 2) Cara penyampaian sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan
- 3) Waktu penyampaian yang tepat
- 4) Pelayanan yang memberikan rasa aman dan nyaman saat pelanggan berada di ditempat/lokasi.

Namun, nasabah sering kali merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan, adapun sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan pada pelanggan adalah sebagai berikut.²²

- 1) Tidak sesuai antara manfaat atau hasil yang diharapkan dengan kenyataan yang didapat oleh pelanggan.
- 2) Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan
- 3) Suasana tempat dan lay out gedung yang tidak tertata rapi
- 4) Biaya terlalu tinggi

²²Sri Hidayati, “Strategi Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Bengkulu.”, Skripsi, (IAIN Bengkulu, Bengkulu, 2016), h. 21.

5) Promosi iklan yang berlebihan

6) Susahnya akses ke lokasi

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali menggunakan jasa yang sama. Pelanggan yang puas juga akan cenderung memberikan referensi yang baik terhadap jasa kepada orang lain.²³ Tidak demikian dengan pelanggan yang tidak puas, ketidakpuasan pelanggan dapat menimbulkan sikap negatif terhadap merek atau produsen maupun penyedia jasanya bahkan bisa pula distributornya, berkurangnya kemungkinan pembelian ulang, peralihan jasa, dan berbagai macam perilaku komplain. Realisasi kepuasan pelanggan sangat penting dilakukan perusahaan, karena seorang pelanggan yang tidak puas dapat merusak citra perusahaan.

2. Lokasi Kantor

a. Pengertian Lokasi Kantor

Lokasi adalah tempat dimana diperjual belikannya produk dan pusat pengendalian produksi. Menurut Lupiyoudi mendefinisikan lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus

²³ Rambat Lupiyoudi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 194.

bermarkas melakukan operasi, atau tempat dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan.²⁴

Lokasi juga dapat didefinisikan sebagai tempat, kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha.²⁵ Saluran lokasi merupakan salah satu unsur dalam bauran pemasaran yang memegang peranan penting dalam melokasikan barang dan melancarkan arus barang dari produsen ke konsumen. Jadi, dapat disimpulkan bahwa lokasi disini adalah tempat dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan.

Penentuan lokasi bertujuan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi perusahaan yang ada, dan harus memberikan rasa aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan perusahaan.²⁶ Penentuan lokasi yang salah dapat berakibat meningkatkan biaya yang dikeluarkan nantinya. Lokasi yang kurang strategis akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan baik dengan perusahaan.

Ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:²⁷

- 1) Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan), Apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting.

²⁴ Rambat Lupiyoudi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa...*, h. 61.

²⁵ Danny Aditya, "Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Warnet (Studi Di Jalan Simogan, Semarang)," Skripsi (Universitas Diponegoro, Semarang, 2012), h. 3

²⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Cet.3 Jakarta: Kencana, 2008), h.. 206.

²⁷ Rambat Lupiyoudi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa...*, h. 61-62

Perusahaan sebaiknya memilih lokasi yang dekat dengan konsumen, sehingga mudah dijangkau.

- 2) Pemberi jasa mendatangi konsumen, dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
- 3) Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung, berarti *service provider* dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer dan surat.

b. Perencanaan Lokasi

Perencanaan lokasi merupakan salah satu kegiatan awal yang harus dilakukan sebelum perusahaan mulai beroperasi. Tujuan perencanaan lokasi untuk menentukan lokasi suatu perusahaan atau pabrik sebaik mungkin agar beroperasi atau berproduksi dengan lancar dengan biaya operasi yang rendah, dan memungkinkan perluasan di masa datang.

Penentuan lokasi yang tepat akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam:²⁸

- 1) Melayani konsumen dengan memuaskan
- 2) Mendapatkan bahan-bahan mentah yang cukup dan kontinyu dengan harga yang layak/ memuaskan
- 3) Mendapatkan tenaga kerja yang cukup
- 4) Memungkinkan perluasan perusahaan dikemudian hari

²⁸ Eddy Herjanto, *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Edisi Kedua, (Jakarta: PT. Grasindo, 2000), h. 24

Lokasi merupakan faktor penting bagi perusahaan karena mempengaruhi perkembangan dan kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu, ada dua hal penting yang mendasari pemilihan lokasi, yaitu komitmen jangka panjang dan biaya operasi. Apabila lokasi sudah ditentukan, bangunan sudah didirikan, perusahaan tidak akan begitu mudah untuk memindahkan lokasi kegiatannya jika tidak lama kemudian baru disadari bahwa lokasi yang dipilih tidak tepat. Kesalahan seperti ini akan sulit diperbaiki tanpa adanya risiko kerugian investasi yang besar.

c. Faktor-faktor yang Diperhatikan

Dalam memilih dan menentukan lokasi, ada beberapa yang dapat dipertimbangkan atau diperhatikan sesuai keperluan perusahaan yaitu:²⁹

- 1) Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- 2) Visibilitas, yaitu lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- 3) Lalu lintas, ada dua hal yang perlu diperhatikan yaitu banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang yang besar terjadinya *impuls buying* dan kepadatan serta kemacetan bisa menjadi hambatan.
- 4) Tempat parkir yang luas dan aman

²⁹ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andy, 2000), h. 41

- 5) Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- 6) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
- 7) Persaingan, yaitu lokasi pesaing sejenis

Keputusan lokasi sering bergantung pada tipe bisnis. Untuk keputusan lokasi industri, strategi yang digunakan biasanya adalah strategi untuk meminimalkan biaya, sedangkan untuk bisnis dibidang jasa strategi yang digunakan terfokus pada memaksimalkan pendapatan.³⁰

3. Pengaruh Lokasi Kantor Terhadap Kepuasan Nasabah

Perkembangan bisnis saat ini disebabkan oleh perubahan pola pikir konsumen yang dinamis. Dengan adanya kengiatan pemasaran diharapkan dapat mendukung tercapainya kemajuan dan tujuan perusahaan itu sendiri. Pemasar juga harus memperhatikan komponen-komponen pendukung dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) diantaranya adalah lokasi (*place*), harga (*price*), produk (*product*), dan promosi (*promotion*, yang keseluruhan komponen-komponen bauran tersebut dilibatkan dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan.³¹

³⁰ Ari Budi Sulistiono, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan.*” Skripsi, (Universitas Diponegoro, Semarang, 2010), h. 28

³¹ Ratih Hurriyati dan Riza N Rukmana, “*Analisis Bauran Pemasaran Jasa Telepon Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pelanggan Resedensial Dalam*

Perusahaan harus merumuskan bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan tepat, oleh karena itu perusahaan tidak dapat mengabaikan pendapat atau masukan dari konsumen, dengan melaksanakan strategi bauran pemasaran yang sesuai dengan harapan pelanggan maka juga dapat meningkatkan kepuasannya.³²

Lokasi merupakan salah satu dari komponen strategi bauran pemasaran yang berhubungan dengan dimana perusahaan melaksanakan operasional perusahaan. Strategi lokasi merupakan salah satu dari determinan paling penting dalam pemilihan tempat toko atau perusahaan. Lokasi penjualan yang dipilih pada umumnya meliputi lokasi yang strategis, aman, mudahnya akses ke lokasi, lokasi dapat dijangkau dengan transportasi, lokasi dapat dilihat dari tepi jalan, tempat parkir yang luas, dan dekatnya lokasi asuransi dengan fasilitas-fasilitas umum, serta lokasinya dekat dengan rumah konsumen. Menentukan lokasi tempat untuk setiap bisnis merupakan suatu tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ketempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya. Untuk itu, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dapat diartikan

Mengonsumsi Pulsa (Suevey Pada Kandetal Bandung),” Jurnal Stategic, (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 241

³² Ratih Hurriyati dan Riza N Rukmana, “*Analisis Bauran Pemasaran Jasa Telepon...*”, h. 241

bahwa semakin strategis lokasi maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan.³³

B. KERANGKA BERPIKIR

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) jasa yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jadi, jika hasil yang diberikan dibawah harapan, maka pelanggan tidak puas. Namun jika hasil memenuhi harapan, pelanggan akan puas. Tapi jika hasil melebihi harapan, pelanggan akan amat puas.³⁴ Dan salah satu indikator dalam memberikan kepuasan kepada nasabah yakni dengan menggunakan strategi lokasi.

Lokasi kantor dapat didefinisikan sebagai tempat, kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha.³⁵ Saluran lokasi merupakan salah satu unsur dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang memegang peranan penting dalam hal melokasikan jasa dan melancarkan penyampaian jasa dari produsen ke konsumen, yang juga diharapkan dapat menciptakan suatu permintaan terhadap jasa yang ditawarkan, sehingga dapat diterima baik oleh konsumen yang pada ujungnya menimbulkan rasa kepuasan tersendiri terhadap jasa yang diberikan.

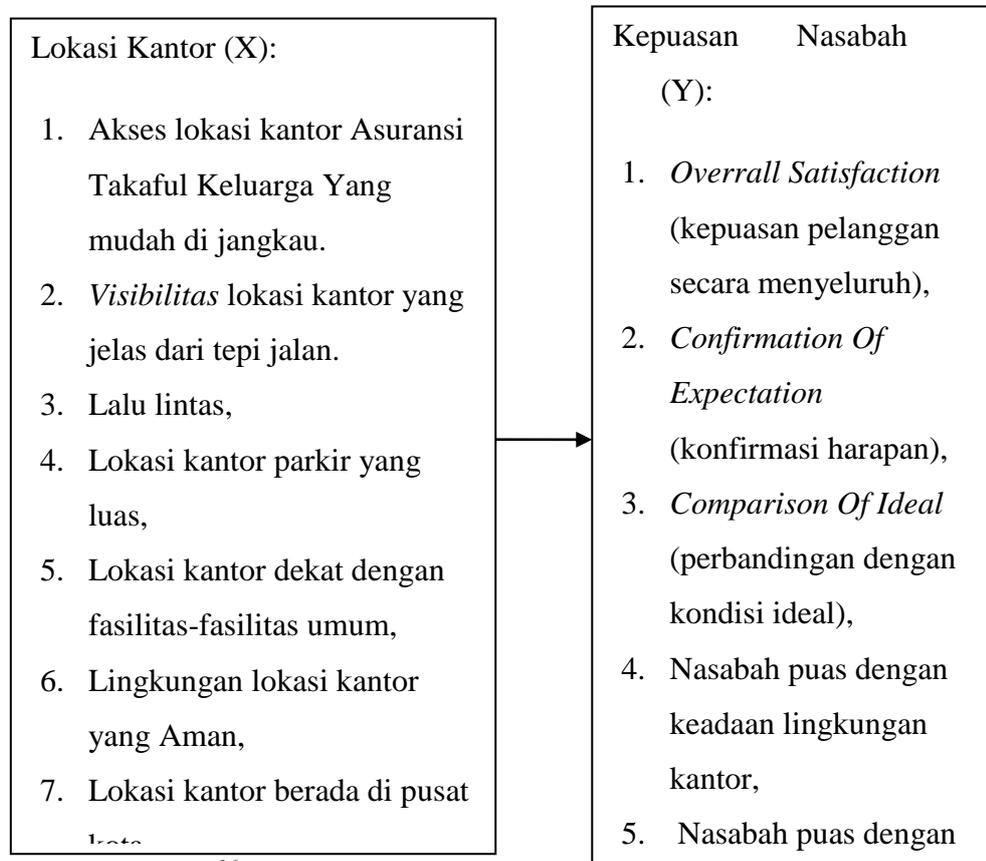
³³ Muchamad Ali Machsum, "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada "EDO" Rent Car Semarang", Skripsi (Universitas Diponegoro, Semarang, 2012), h. 54

³⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, h. 177

³⁵ Danny Aditya, "*Analisis Pengaruh Lokasi...*", h. 3

Maka berdasarkan uraian diatas dapat menjelaskan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dan dapat digambarkan dengan kerangka berpikir dibawah ini:

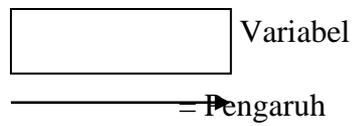
Gambar 2.1
Kerangka Berpikir
Pengaruh Lokasi Kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu Terhadap Kepuasan Nasabah



Sumber: Sugiyono³⁶

³⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 42

Keterangan:



C. HIPOTESIS

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_a : Lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H_0 : Lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *field research* (penelitian lapangan) yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung ke tempat lokasi obyek penelitian.³⁷ Sedangkan pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji pengaruh dari variabel bebas lokasi (X) terhadap variabel terikat kepuasan nasabah (Y).

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu yang berlokasi di Jl. Ahmad Yani, Pintu Batu Kota Bengkulu selama 7 bulan, adapun pelaksanaannya pada bulan Februari-Agustus 2017. Pemilihan Asuransi Takaful Keluarga sebagai lokasi penelitian disebabkan karena lokasi Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu berada di pusat Kota, sehingga memudahkan jangkauan penulis dalam melakukan penelitian. Dan terdapatnya masalah yang ditemukan oleh yang berkaitan dengan lokasi kantor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Sehingga hal inilah yang mendorong penulis untuk meneliti pengaruh lokasi kantor terhadap kepuasan nasabah yang ada di Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu.

³⁷ Sumardi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2002), h. 80

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan produk *Takaful Fulnadi* pada Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu yang berjumlah 649 orang, dari tahun 2014 sampai bulan Juni 2017. Alasan pemilihan populasi hanya pada nasabah yang menggunakan produk *Takaful Fulnadi* dikarenakan produk *Takaful Fulnadi* merupakan produk unggulan dari Asuransi Takaful Keluarga, hal ini diperkuat dengan jumlah nasabahnya yang paling banyak dari produk lain.³⁸

2. Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari anggota populasi yang diambil berdasarkan teknik tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.³⁹ Karena jumlah populasi dalam penelitian ini lebih dari 100, maka jumlah sampel yang diambil adalah 30. Karena menurut Gay dan Diehl untuk studi asosiatif dibutuhkan minimal 30 sampel untuk menguji ada atau tidaknya hubungan.⁴⁰ Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian adalah *Nonprobability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi sampel. Metode *Nonprobability Sampling* yang digunakan dalam

³⁸ Linda, Staf Asuransi, Wawancara pada tanggal 27 Februari

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D...*, h. 81

⁴⁰ Ari Budi Sulistiono, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap." Skripsi, (Universitas Diponegoro, Semarang, 2010), h. 36

penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan karakteristik sampel sebagai berikut:

- a. Nasabah yang menggunakan produk *Takaful Fulnadi*
- b. Nasabah masih tercatat pada saat dilakukannya penelitian dan masih aktif sampai tahun 2017

D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

- a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden dengan menggunakan penyebaran kuesioner (angket) pada nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Adapun data yang digunakan dalam penyebaran kuesioner ini, menggunakan dua variabel yaitu lokasi (X) yang terbagi menjadi beberapa butiran-butiran pernyataan yaitu seperti akses, lalu lintas, halaman parkir, dekat dengan fasilitas umum, *visibilitas*, lingkungan yang aman, dan lokasi di Pusat Kota. Sedangkan pada variabel kepuasan (Y) menggunakan butiran pernyataan yaitu kepuasan pelanggan secara menyeluruh, sesuai harapan nasabah, sesuai persepsi nasabah, nasabah puas dengan keadaan lingkungan kantor, nasabah puas dengan kondisi lokasi asuransi yang sekarang. Masing-masing butiran diberi skor 1 sampai 5, sehingga dari sini diperoleh data yang dibutuhkan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung⁴¹ yaitu sumber yang dapat memberikan informasi atau data tambahan yang memperkuat data pokok yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, untuk mendukung penulisan pada penelitian ini adalah kajian dari buku-buku, dan situs internet yang berhubungan dengan permasalahan yang ada. Penulis juga menggunakan data sekunder hasil dari studi pustaka.

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:⁴²

a. Observasi

Teknik pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara mengamati langsung kondisi dilapangan, dan bertanya langsung pada nasabah atau staf asuransi. Teknik observasi ini digunakan untuk mengidentifikasi masalah pada data awal. Adapun data awal dari hasil observasi yang diperoleh dari wawancara langsung dengan staf asuransi yang bernama Linda ialah, penulis mendapatkan informasi bahwa kantor Asuransi Takaful Keluarga ini telah mengalami 4 kali perpindahan lokasi.⁴³

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 308

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D...*, h. 137

⁴³ Linda, Staf Asuransi, Wawancara pada tanggal 27 Februari

b. Kepustakaan

Teknik mengumpulkan teori-teori yang ada didalam literatur, sehingga memudahkan peneliti untuk mencari masalah dengan teori yang ada dan digunakan. Sehingga mendapatkan ketidak sesuaian antara teori dan praktek dilapangan.

E. Instrumen Penelitian

1. kuesioner (Angket) Tertutup

Pada penelitian ini penulis menggunakan kuisisioner dengan sistem tertutup. Dalam pengukuran kuisisioner, penelitian menggunakan pengukuran skala likert. Bentuk skala likert digunakan apabila menginginkan data tentang pendapat sampel mengenai masalah yang diteliti, dan bentuk skala likert ini juga dapat dilakukan untuk penelitian kuantitatif terhadap keseluruhan atau setiap sampel. Adapun kategori yang digunakan dapat dilihat pada tabel di bawah ini sebagai berikut:

Tabel 3.1

Skala Likert Variabel Lokasi Kantor dan Kepuasan Nasabah

	Kategori	kor
	Sangat Setuju	5
	Setuju	4
	Ragu-Ragu	3
	Tidak Setuju	2
	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: *Sugiyono*⁴⁴

2. Dokumentasi

Adapun alat yang digunakan dalam berlangsungnya penyebaran kuisioner ini adalah kamera.

F. Variabel dan Definisi Operasional

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis variabel, yaitu:

1. Lokasi Kantor (variabel bebas atau independen)

Lokasi kantor adalah tempat dimana diperjual belikannya jasa dan pusat pengendalian produksi. Menurut Lupiyoudi mendefinisikan lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi, atau tempat dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan.⁴⁵

Lokasi dapat didefinisikan sebagai tempat, kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha.⁴⁶ Jadi, lokasi disini adalah tempat dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan.

Dalam memilih dan menentukan lokasi, ada beberapa yang dapat dipertimbangkan sesuai keperluan perusahaan yaitu:⁴⁷

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D...*, h. 93

⁴⁵ Rambat Lupiyoudi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa...*, h. 61.

⁴⁶ Danny Aditya, "Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Warnet (Studi Di Jalan Simogon, Semarang)," Skripsi (Universitas Diponegoro, Semarang, 2012), h. 3

⁴⁷ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andy, 2000), h. 41

- 8) Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- 9) Visibilitas, yaitu lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- 10) Lalu lintas, ada dua hal yang perlu diperhatikan yaitu banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang yang besar terjadinya *impuls buying* dan kepadatan serta kemacetan bisa menjadi hambatan.
- 11) Tempat parkir yang luas dan aman
- 12) Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- 13) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan

Keputusan lokasi sering bergantung pada tipe bisnis. Untuk keputusan lokasi industri, strategi yang digunakan biasanya adalah strategi untuk meminimalkan biaya, sedangkan untuk bisnis dibidang jasa strategi yang digunakan terfokus pada memaksimalkan pendapatan.⁴⁸

2. Kepuasan Nasabah (variabel terikat atau dependen)

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk atau jasa yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja

⁴⁸ Ari Budi Sulistiono, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi...”, h. 28

dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas.⁴⁹

Variabel ini adalah variabel laten yang diukur dengan 3 indikator terobservasi, yaitu:

- 4) *Overall Satisfaction* (kepuasan pelanggan secara menyeluruh), yaitu penyedia layanan jasa asuransi mampu memberikan layanan yang terbaik dan menyeluruh.
- 5) *Confirmation Of Expectation* (konfirmasi harapan), yaitu kemampuan penyedia layanan jasa asuransi memberikan layanan asuransi sesuai harapan pelanggan.
- 6) *Comparison Of Ideal* (perbandingan dengan kondisi ideal), yaitu kemampuan jasa layanan asuransi memberikan layanan asuransi sesuai persepsi pelanggan.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas Data

Uji Validitas data bertujuan untuk melihat ketepatan instrumen pengukur dalam penelitian. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji ketepatan kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuisisioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisisioner

⁴⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, h. 177

tersebut jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan atau pernyataan adalah valid. Metode yang digunakan pada uji validitas data:

Corelation pearson kriteria valid : jika nilai sig alpha (5%)⁵⁰

b. Uji Reliabilitas Data

Yaitu suatu instrumen dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pertanyaan atau pernyataan yang diajukan konsisten dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:⁵¹

- 1) Apabila hasil koefisien Alpha > taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
- 2) Apabila hasil koefisien Alpha < taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

c. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan mengetahui bahwa sebaran data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas yang digunakan adalah teknik Uji normalitas menggunakan uji *Skewness* dengan ketentuan kriteria kenormalan jika hasil tidak melebihi angka 2, maka bisa dikatakan distribusi data adalah normal.⁵²

d. Uji Homogenitas Data

⁵⁰Duwi Priyatno, *Belajar Cepat olahan Data Statistik SPSS*, (Yogyakarta: CV ANDI, 2012), h. 120.

⁵¹Duwi Priyatno, *Belajar Cepat olahan Data...*, h. 120

⁵²Duwi Priyatno, *Belajar Cepat olahan Data...*, h. 23.

Uji homogenitas merupakan pengujian asumsi dengan tujuan membuktikan data yang dianalisis berasal dari populasi yang tidak jauh berbeda keragamannya. Metode yang digunakan adalah uji *Levene* dengan kriteria $\alpha = 0,05$.⁵³

- 1) Jika $\text{sig} > 0,05$, maka variansi setiap sampel sama (homogen)
- 2) Jika $\text{sig} < 0,05$, maka variansi setiap sampel tidak sama (tidak homogen)

2. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Secara umum analisis ini digunakan untuk meneliti pengaruh dari variabel independen (variabel X) terhadap variabel dependen (variabel Y). Adapun persamaan regresi linear sederhana adalah seperti berikut ini:⁵⁴

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + e_i$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah (dependen)

X = Lokasi kantor (independen)

β_0 = Nilai konstanta

β_1 = Koefisien regresi

e_i = Variabel pengganggu

⁵³Mikha Agus Widiyanto, *Statiska Terapan Konsep Dan Aplikasi SPSS*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2012), h. 178.

⁵⁴Rizki Hartawan, "*Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPRS Safir Kota Bengkulu*", Skripsi, (IAIN Bengkulu, 2016), h. 37.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y), adapun kriteria uji dengan $\alpha = 0,05$

Jika $\text{Sig} < \alpha 0,05$ maka H_a diterima, dan H_0 ditolak.

Jika $\text{Sig} > \alpha 0,05$ maka H_a ditolak, dan H_0 diterima.⁵⁵

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinan dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui persentasi perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).

⁵⁵ Duwi Priyatno, *Belajar Cepat olahan Data Statistik SPSS...*, h. 79

Tabel 3.2
Koefisien Determinasi

Besaran (R^2)	Interprestasi
0,00 - 0,20	Sangat Rendah
0,20 - 0,40	Rendah
0,40 - 0,70	Cukup
0,70 - 0,90	Tinggi
0,90 - 1,00	Sangat Tinggi

Sumber: Yulianto⁵⁶

⁵⁶Yulianto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPRS Safir Bengkulu Dalam Memanfaatkan Tabungan Wadi'ah," Skripsi, (IAIN Bengkulu, 2015), h. 36

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Deskripsi Responden

Deskripsi responden pada penelitian ini disajikan berdasarkan karakteristik responden, yang bertujuan untuk melihat deskripsi dari data penelitian dan hubungan antara variabel yang digunakan dalam penelitian. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Adapun responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

Gender	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	26 orang	86,7 %
Wanita	4 orang	13,3 %
Total	30 orang	100%

Berdasarkan keterangan tabel diatas dapat diketahui tentang jenis kelamin nasabah dari produk Takaful Fulnadi di Asuransi

Takaful Keluarga Bengkulu yang diambil sebagai responden. Jenis kelamin laki-laki sebanyak 26 orang atau 86,7%, dan perempuan sebanyak 4 orang atau 13,3%. Dari keterangan diatas menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah laki-laki.

b. Usia

Data mengenai responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi empat kategori, yaitu 20-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun, dan 51-60 tahun. Adapun data mengenai umur nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
20-30 Tahun	8 orang	26,7 %
31-40 Tahun	13 orang	43,3 %
41-50 Tahun	7 orang	23,3 %
51-60 Tahun	2 orang	6,7 %
Total	30 orang	100 %

Berdasarkan keterangan tabel 4.2 diatas diketahui jika dilihat dari segi usia nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu yang diambil sebagai responden. Nasabah yang menjadi responden penelitian ini yang berusia 20-30 tahun sebanyak 8 orang dengan presentase 26,7%, nasabah yang berusia 31-40 tahun sebanyak 13

orang dengan presentase 43,3%, nasabah yang berusia 41-50 tahun sebanyak 7 orang dengan presentase 23,3%, dan nasabah yang berusia 51-60 tahun sebanyak 2 orang dengan presentase 6,7%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nasabah yang menjadi responden terbanyak adalah yang berusia 31-40 tahun.

c. Pekerjaan

Adapun data pekerjaan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu yang menjadi responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Wiraswasta	8	26,7 %
Petani	7	23,3 %
PNS	6	20 %
Pedagang	3	10 %
Pegawai	3	10 %
Montir	1	3,3 %
Polisi	1	3,3 %
Bidan	1	3,3 %
Total	30	100 %

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat diketahui bahwa nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu yang menjadi sampel yaitu 8 orang atau 26,7 % adalah wiraswasta, 7 orang atau 23,3% adalah petani, 6 orang atau 20% adalah PNS, 3 orang atau 10% adalah

pedagang, 3 orang atau 10% adalah pegawai, 1 orang atau 3,3% adalah montir, 1 orang atau 3,3% adalah polisi, dan 1 orang atau 3,3% adalah bidan.

2. Deskripsi Lokasi Penelitian

a. Sejarah Berdirinya Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu

Pada tanggal 5 Mei 1994 Takaful Indonesia mendirikan PT. Asuransi Takaful Keluarga (Takaful Keluarga) yang bergerak di bidang asuransi iwa syariah dan PT. Asuransi Takaful Umum (Takaful Umum) yang bergerak di bidang asuransi umum syariah. Takaful keluarga kemudian diresmikan oleh menteri keuangan pada saat itu, Mar'ie Muhammad dan mulai beroperasi sejak 25 Agustus 1994. Sedangkan Takaful Umum 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 berkembang menjadi salah satu perusahaan asuransi syariah terkemuka di Indonesia. Dalam perkembangannya, pada tahun 1997, STMB menjadi salah satu pemegang saham melalui penempatan modalnya dan mencapai nilai yang signifikan pada tahun 2004. Komitmen STMB untuk terus memperbesar Takaful Indonesia juga dibuktikan dengan setoran modal langsung di PT. Asuransi Takaful Keluarga pada tahun 2009. Selanjutnya, pada tahun 2000 Permodalan Nasional Madani (PNM) turut memperkuat struktur

modal perusahaan, kemudian diikuti oleh Islamic Development Bank (IDB) pada tahun 2004.⁵⁷

Komitmen PT. Asuransi Takaful Keluarga untuk terus meningkatkan kualitas sekaligus menjaga konsistensi layanan kepada masyarakat ditunjukkan dengan diperolehnya sertifikasi ISO 9001:2008, sebagai standar internasional terbaru untuk sistem manajemen mutu dari *Det Norske Veritas* (DNV), Norwegia. Kini, seiring dengan perkembangan bisnis syariah yang semakin maju. Asuransi Takaful Keluarga berkomitmen untuk terus memberikan layanan terbaik bagi seluruh lapisan masyarakat sehingga mampu berperan dalam menguatkan simpul-simpul pembangunan ekonomi syariah demi masa depan Indonesia yang gemilang.⁵⁸

Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu merupakan salah satu cabang dari Asuransi Syariah yang berdiri pada tahun 2005 yang pada saat itu posisinya terletak di Jl. Kapuas Raya Lingkar Barat, Kota Bengkulu, dan sekarang berlokasi di Jl. Ahmad Yani, kelurahan Pintu Batu, Kota Bengkulu. Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu itu sendiri adalah bentuk asuransi syariah yang memberikan perlindungan dalam menghadapi musibah kematian dan kecelakaan atas diri peserta asuransi takaful.⁵⁹

⁵⁷<http://www.takaful.co.id/profilperusahaan>. diakses pada 3 Juni 2017

⁵⁸ <http://www.takaful.co.id/profilperusahaan>. diakses pada 3 Juni 2017

⁵⁹Linda, Staf Asuransi, Wawancara pada tanggal 27 Februari.

Dalam perusahaan takaful, pengaturan perusahaan dibangun atas empat pondasi yang disebut, *sidiq* (benar), *amanah* (dapat dipercaya), *tabliq* (menyampaikan), dan *fathonah* (cerdas).⁶⁰

1) *Sidiq* (benar)

Hubungan antara pemegang saham, jajaran direksi, dan CEO yang mewakili kegiatan aktual dari suatu perusahaan harus dibangun berdasarkan kebenaran.

2) *Amanah* (dapat dipercaya)

Terpercaya dan dapat diandalkan oleh setiap pelaku usaha, baik sebagai pemegang saham, direktur dan CEO adalah pondasi paling efektif untuk mendirikan pengaturan perusahaan yang baik, tidak akan ada pengaturan perusahaan tanpa adanya pemain yang dapat dipercaya dan dapat diandalkan.

3) *Tabliq* (menyampaikan)

Tabliq adalah transparansi terpenting dalam pengaturan perusahaan. Semua permasalahan dalam dunia bisnis dimana beberapa perusahaan besar telah gagal dan sebagian besar orang menjadi korban dari kegagalan tersebut disebabkan orang-orang yang mengetahui permasalahan dari perusahaan-perusahaan gagal itu tidak menyampaikan informasi yang benar kepada para pemegang saham.

⁶⁰Muhaimin, Iqbal, *Asuransi Umum Syariah dalam praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2005), h. 151-152

4) *Fathonah* (cerdas)

Bisnid perlu dijalankan oleh orang-orang cerdas, hanya dengan direktur, CEO dan paling tidak personil kunci yang cerdas yang berada dalam suatu perusahaan, bisnis akan dapat menghadapi dan memenangkannya.

b. Pengertian Asuransi Takaful Keluarga

Kata asuransi berasal dari bahasa Inggris yaitu *insurance*, yang dalam bahasa Indonesia telah diadopsi dalam kamus besar bahasa Indonesia yaitu ‘pertanggungan’. Dalam bahasa Arab asuransi disebut *at-ta’min*, penanggung disebut *mua’mmiin*, sedangkan tertanggung disebut *musta’min*. *At-ta’min* diambil dari kata (أمن) yang memiliki arti memberi perlindungan, ketenangan, rasa aman, dan bebas dari rasa takut.⁶¹

Asuransi syariah menurut Dewan Syariah Nasional No.21/DSNMUI/X/2001 adalah perjanjian yang bertkaitan dengan usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan atau tabarru’ yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko/bahaya tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.⁶²

Asuransi jiwa syariah biasa dikenal dengan sebutan Takaful keluarga, yaitu bentuk asuransi yang memberikan layanan,

⁶¹ Hasan Ali, *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 57

⁶² Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009), h. 245

perlindungan dan bantuan yang meliputi asuransi jiwa dan keluarga untuk kesejahteraan masyarakat dengan dilandaskan pada syariah Islam. Produk yang ditawarkan oleh perusahaan takaful keluarga ini meliputi layanan individual, layanan group atau kumpulan, dan khusus pada asuransi kesehatan. Pengelolaan dana pada perusahaan takaful keluarga ini mempunyai dua macam cara yaitu sistem pengelolaan dana dengan tabungan dan sistem pengelolaan dana tanpa unsur tabungan.

Pada hakikatnya asuransi secara islami adalah saling bertanggung jawab, saling bekerja sama, saling melindungi penderitaan satu sama lain. Oleh karena itu berasuransi diperbolehkan secara syari'at, karena prinsip-prinsip dasar syari'at mengajak kepada setiap sesuatu yang berakibat keeratatan jalinan sesama manusia dan kepada sesuatu yang meringankan bencana mereka.⁶³

c. Visi dan Misi Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu

Visi Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu yaitu menjadi perusahaan asuransi jiwa syariah yang terdepan dalam pelayanan, operasional dan pertumbuhan bisnis syariah di Indonesia dengan profesional, amanah dan bermanfaat bagi masyarakat.

⁶³ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah...*, h. 246

Misi Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu, yaitu:

- 1) Menyelenggarakan bisnis asuransi syariah secara profesional dengan memiliki keunggulan dalam standar operasional dan layanan.
- 2) Menciptakan sumberdaya manusia yang handal melalui program pengembangan sumberdaya manusia yang berkelanjutan.
- 3) Mendayagunakan teknologi yang terintegrasi dengan berorientasi pada pelayanan dan kecepatan, kemudahan serta informatif.

d. Produk dan Jasa Asuransi Takaful Keluarga⁶⁴

- 1) Produk Takaful Individu dengan Unsur Tabungan
 - a) Takaful Dana Investasi, Adalah suatu bentuk perlindungan untuk proranagn yang menginginkan dana dan merencanakan pengumpulan dana dalam mata uang rupiah dan US dollar sebagai dana investasi yang diperuntukkan bagi ahli warisnya jika ditakdirkan meninggal lebih awal.
 - b) Takaful Dana Siswa, Adalah suatu bentuk perlindungan untuk program yang bermaksud menyediakan dana pendidikan, dalam mata uang Rupiah dan US Dollar untuk putra-putrinya sampai sarjana, atau yang lebih dikenal dengan istilah Fulnadi (Takaful Dana Pendidikan). Fulnadi

⁶⁴ Takaful Keluarga, “Produk Asuransi Syariah,” <http://asuransitakaful.net/produk-asuransi-syariah/> (5 April 2017, 21:25).

merupakan program asuransi dan tabungan yang menyediakan pola penarikan disesuaikan dengan kebutuhan dana terkait biaya pendidikan anak (Penerima Hibah) serta memberikan manfaat berupa pembayaran santunan kepada ahli waris apabila peserta mengalami musibah meninggal dunia atau cacat total dalam periode akad. Fulnadi diprogram untuk membantu setiap orang tua dalam merencanakan pendidikan buah hatinya. Menyediakan dana pendidikan secara terjadwal ketika buah hati memasuki jenjang pendidikan dari Taman Kanak-kanak hingga perguruan tinggi. Memberikan perlindungan optimal dengan menjamin sang buah hati dapat terus melanjutkan pendidikan tanpa perlu khawatir musibah datang menghampiri.

- c) Takaful Dana Haji, Adalah suatu bentuk perlindungan untuk perorangan yang menginginkan dan merencanakan pengumpulan dana untuk biaya menjalankan ibadah haji.
- d) Takaful Dana Jabatan, Adalah suatu bentuk perlindungan untuk direksi atau pejabat teras suatu perusahaan yang merencanakan pengumpulan dana dalam mata uang Rupiah atau US Dollar sebagai dana santunan yang diperuntukkan bagi ahli warisnya jika ditakdirkan meninggal lebih awal

atau sebagai dana santunan/investasi pada saat tidak aktif lagi ditempat kerja.

- e) Takaful Hasanah, Suatu bentuk perlindungan untuk perorangan yang menginginkan dan merencanakan pengumpulan dana sebagai modal usaha atau diperuntukkan bagi ahli warisnya jika ditakdirkan meninggal lebih awal.

2) Produk Takaful Individu Tanpa Unsur Tabungan

Program ini diperuntukkan bagi perorangan yang bermaksud menyediakan santunan untuk ahli waris apabila peserta mengalami musibah kematian dalam masa perjanjian.⁶⁵

- a) Takaful Kecelakaan Diri Individu, program yang diperuntukkan bagi perorangan yang bermaksud menyediakan santunan untuk ahli waris bila peserta mengalami musibah kematian karena kecelakaan dalam masa perjanjian.
- b) Takaful Kesehatan Individu, Program ini diperuntukkan bagi perorangan yang bermaksud menyediakan dana santunan rawat inap dan operasi bila peserta sakit dalam masa perjanjian.

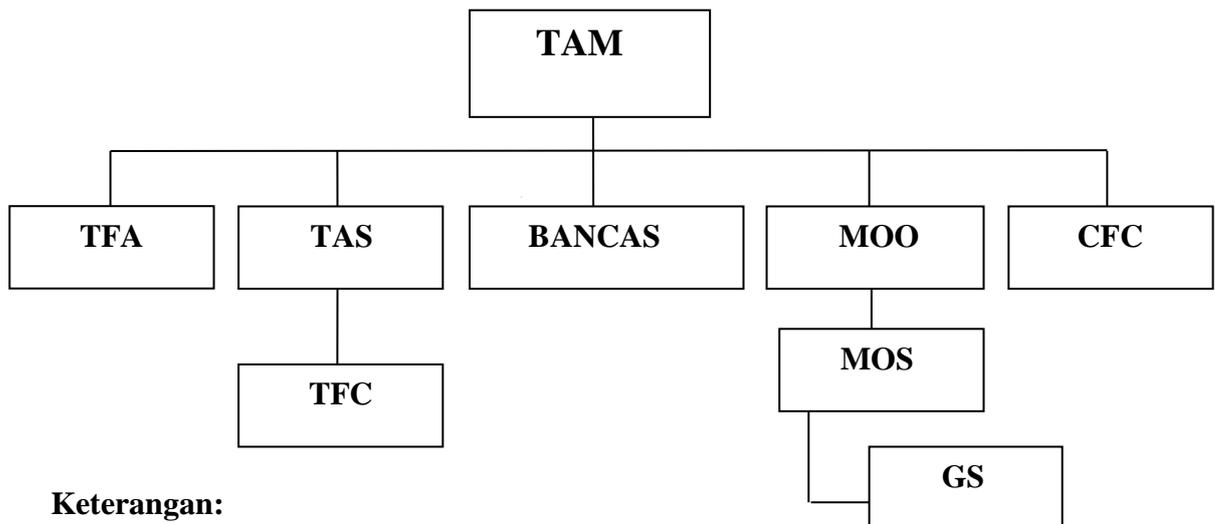
⁶⁵ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2007), h. 127

e. Struktur Organisasi Asuransi Takaful Keluarga Cabang Bengkulu

Struktur organisasi adalah suatu kerangka susunan perwujudan pola terhadap hubungan-hubungan diantara fungsi, bagian, posisi maupun tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi.

Struktur organisasi dibuat memerlukan suatu sarana untuk menunjukkan kewajiban, tugas dan wewenang serta tanggung jawab.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Asuransi Takaful Keluarga



Keterangan:

1. TAM = *Takaful Agency Manager*
2. TFA = *Takaful Financial Adivisior*
3. TAS = *Takaful Agency Supervisor*
4. TFC = *Takaful Financial Consultan*
5. CFC = *Coorporate Financial Consultan*
6. BANCAS = *Bank Asuransi*
7. MOO = *Marketing Office Operation*
8. MOS = *Marketing Office Service*
9. GS = *Genderal Support*

B. Hasil Penelitian

1. Statistic Deskriptif

Tabel 4.4
Statistic Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Lokasi (X)	30	3.00	5.00	4.1333	.57135
Kepuasan (Y)	30	3.00	5.00	3.7333	.73968
Valid N (listwise)	30				

Sumber: *Lampiran 12*

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah data sebanyak 30, rata-rata lokasi sebesar 4,1333 dengan standar deviasi sebesar .57135. Rata-rata kepuasan nasabah sebesar 3,7333 dengan standar deviasi sebesar .73968. dari tabel diatas dapat juga dilihat nilai variabel lokasi dan kepuasan terkecil adalah 3,00, sedangkan pada nilai variabel lokasi dan kepuasan terbesar adalah 5,00.

2. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuisisioner mampu mengungkapkan suatu yang akan di nilai yang diukur oleh kuisisioner tersebut. Jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan atau

pernyataan adalah valid. Adapun metode yang digunakan pada uji validitas ini menggunakan *Pearson Corelation*, dimana dikatakan valid jika nilai signifikansi $< 0,05\%$. Hasil uji validitas data dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Lokasi (X) dan Kepuasan Nasabah (Y)

Variabel			
Lokasi (X)	Sig	$\alpha = 0,05$	Keterangan
Pernyataan 1	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 2	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 3	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 4	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 5	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 6	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 7	0,000	0,05	Valid
Kepuasan (Y)			
Pernyataan 1	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 2	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 3	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 4	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 5	0,000	0,05	Valid

Sumber: *Lampiran 13*

Berdasarkan tabel 4.5 diatas maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang mengukur variabel lokas dan variabel kepuasan nasabah menghasilkan nilai validitas $< 0,05$ dan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat mengukur dapat dipercaya/diandalkan. Reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama, dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran teknik *Cronbach Alpha*, dimana alat ukur dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.⁶⁶ Hasil uji reliabilitas direkap pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6

Hasil Uji Reliabilitas

a. Variabel X (Lokasi Kantor)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.920	7

b. Variabel Y (Kepuasan Nasabah)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.941	5

Sumber: *Lampiran 14*

⁶⁶ Duwi Priyatno, Belajar Cepat..., h. 120

Berdasarkan hasil tabel 4.6 diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel X dan Y memiliki nilai *Alpha Cronbach* yang lebih dari 0,60 maka butir pernyataan-pernyataan dinyatakan reliabel.

c. Uji Normalitas

Pengujian normalitas yang digunakan adalah teknik Uji normalitas menggunakan uji *Skewness* dengan ketentuan kriteria kenormalan jika hasil antara -2 sampai 2, maka bisa dikatakan distribusi data adalah normal.⁶⁷ data hasil pengujian normalitas data direkap pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

Descriptive Statistics			
	N	Skewness	
	Statistic	Statistic	Std. Error
rata-rata Lokasi	30	.028	.427
rata-rata Kepuasan	30	.480	.427
Valid N (listwise)	30		

Sumber: *Lampiran 15*

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai *Skewness* seluruh variabel tidak melebihi angka -2 atau 2. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian berdistribusi normal.

⁶⁷ Duwi Priyatno, Belajar Cepat olahan Data Statistik SPSS..., h. 23

d. Pengujian Homogenitas

Pengujian homogenitas dimaksudkan untuk melihat apakah sama atau tidak kedua varian tersebut. Untuk mengetahui apakah kedua varian tersebut homogen, maka dilakukan uji *leneve* yaitu uji *tes of homogeneity of variance*.

Tabel 4.8
Hasil Uji Homogenitas

		Levene			
		Statistic	df1	df2	Sig.
rata-rata Lokasi	Based on Mean	.331	1	28	.570
	Based on Median	.000	1	28	1.000
	Based on Median and with adjusted df	.000	1	28.000	1.000
	Based on trimmed mean	.236	1	28	.631
rata-rata Kepuasan	Based on Mean	1.092	1	28	.305
	Based on Median	.528	1	28	.473
	Based on Median and with adjusted df	.528	1	27.911	.473
	Based on trimmed mean	1.118	1	28	.299

Sumber: *Lampiran 15*

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan *leneve test* dapat diketahui bahwa nilai probabilitilitas Signifikansi dari seluruh variabel dalam penelitian ini lebih besar dari 0,05, ini berarti bahwa seluruh variabel bersifat homogen.

3. Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Regresi Sederhana

Pada penelitian ini menggunakan model regresi sederhana, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh lokasi (X) terhadap kepuasan nasabah (Y).

Tabel 4.9

Hasil Uji Linier Regresi Sederhana

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	1.521	.929
	rata-rata Lokasi	.535	.223

Sumber: *Lampiran 16*

Berdasarkan tabel koefisien regresi yang diperoleh dari analisis regresi pada tabel 4.9 diatas, maka dapat disusun persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = 1,521 + 0,535X + e_i$$

Hasil perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan persamaan menunjukkan besarnya nilai X merupakan regresi yang diestimasi adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (β_0) sebesar 1,521 artinya apabila variabel bebas lokasi (X) dalam keadaan konstanta atau nol (0), maka kepuasan

nasabah (Y) nilainya sebesar 1,521. yang artinya Kepuasan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu akan tetap puas dengan lokasi kantor yang cukup baik.

2. Koefisien regresi (β_1) sebesar 0,535 artinya jika setiap kenaikan satu unit lokasi (X) maka nilai kepuasan naik sebesar 0,535.

b. Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis secara parsial atau individual antara variabel lokasi terhadap kepuasan nasabah. Dengan kriteria pengujiannya, jika $\text{sig} < \text{Alpha } 0,05 \%$ maka variabel lokasi kantor berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji t sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji t

Coefficients ^a			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	1.637	.113
	rata-rata Lokasi	2.402	.023

Sumber: *Lampiran 17*

Bersasarkan hasil uji diatas diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,023, yang artinya $\text{Sig} < \text{Alpha } 0,05$ dengan demikian artinya H_a diterima yang berarti bahwa variabel lokasi kantor berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

4. Uji Koefisien Determinasi

Hasil pengujian koefisien determinasi yang telah dilakukan terhadap data yang ada, maka diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.413 ^a	.171	.141	.68543

Sumber: *Lampiran 17*

Dalam tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa *R Square* adalah 0,171 atau 17,1%. Hal ini berarti bahwa pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,171 atau 17,1% jadi sisanya 82,9% dipengaruhi oleh indikator yang lain yang tidak dimasukkan oleh peneliti dalam penelitian ini misalnya seperti produk, harga dan promosi.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut diketahui dari hasil analisis uji t yang memperoleh nilai signifikansi $0,023 < \alpha 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a yang menyatakan lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

diterima. Artinya semakin baik variabel lokasi yang disediakan maka semakin tinggi variabel kepuasan nasabah.

Merujuk pada hasil penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan Ha diterima dikarenakan lokasi kantor yang berada di pusat kota, mudahnya akses ke lokasi kantor asuransi, lokasi kantor yang dapat dijangkau dengan transportasi, tempat parkir yang luas, dan dekatnya lokasi asuransi dengan fasilitas-fasilitas umum sehingga mempengaruhi kepuasan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Sehingga baik bauruknya lokasi kantor yang disediakan Asuransi Takaful Bengkulu akan tetap mempengaruhi tinggi rendahnya kepuasan nasabah. Hal ini juga disebabkan karena strategi penentuan lokasi merupakan salah satu faktor yang membuat nasabah tertarik dalam menggunakan pelayanan jasa yang ditawarkan oleh pihak asuransi Takaful Keluarga Bengkulu sekaligus memuaskannya pada saat berada di lokasi.

Hubungan baik dengan memberikan kenyamanan lokasi kepada nasabah, dengan menyediakan layanan dalam kemudahan akses, visibilitas, lalu lintas, parkir yang luas, lingkungan, keamanan, dan berada di pusat kota, maka kepuasan nasabah akan ditunjukkan dengan tidak adanya nasabah yang mengeluh saat berada di lokasi asuransi menimbang lokasi asuransi ini telah melakukan beberapa kali perpindahan, meskipun tata letak bangunan kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu yang sekarang dirasa masih kurang strategis karena bercampur satu dengan toko foto copy, Butik, *Counter*, ATM sehingga ketika ingin mencari kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu

harus dilihat dengan sangat jelas letak kantornya, hal ini terbukti terhadap fakta yang ada dilapangan.

Hasil pengolahan data telah menunjukkan seberapa besar penengaruh lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu terhadap nasabah, dengan melihat hasil dari uji koefisien determinasi yang diperoleh nilai R^2 adalah 0,171, yang artinya lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu berpengaruh sebesar 17,1% terhadap kepuasan nasabah, sedangkan sisanya yang sebesar 82,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian, seperti persaingan dan ekspansi. Merujuk pada hasil penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu yang sekarang mempengaruhi kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Irsad z yang menyatakan bahwa bauran pemasaran yang salah satunya adalah bauran *place* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pengujian data menggunakan statistik mendapatkan hasil sig sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a yang menyatakan bauran *place* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Fakta-fakta tersebut membuktikan bahwa yang ada dilapangan dapat menjelaskan keterikatan pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabah secara teori.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi sebesar $0,023 < 0,05$ maka H_0 diterima, hal ini dikarenakan lokasi kantor yang berada di pusat kota, mudahnya akses ke lokasi kantor asuransi, lokasi kantor yang dapat dijangkau dengan transportasi, tempat parkir yang luas, dan dekatnya lokasi asuransi dengan fasilitas-fasilitas umum sehingga mempengaruhi kepuasan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu.
2. Lokasi kantor Asuransi Takaful keluarga Bengkulu berpengaruh sebesar 17,1% terhadap kepuasan nasabah dan nilai *R Square* (R^2) adalah 0,171 sedangkan selebihnya 82,9% dipengaruhi dan ditentukan oleh variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini, seperti produk, harga, dan promosi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu terhadap kepuasan nasabah, maka peneliti memberikan saran yaitu diharapkan pada Asuransi Takaful Keluarga

Bengkulu untuk tetap meningkatkan dan menjaga kenyamanan dan keamanan kepada nasabah dengan menyediakan area lokasi yang aman dan mudah dijangkau oleh nasabah. Agar lokasi kantor lebih mudah di lihat lagi dari tepi jalan diharapkan pihak Asuransi untuk dapat membuat papan nama atau merek Asuransi Takaful Keluarga di bagian pinggir jalan, sehingga posisi kantor akan mudah di dapat dan lebih terlihat ketika calon nasabah maupun nasabah ingin ke lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Untuk meningkatkan jumlah nasabah yang lebih bayak lagi, pihak Asuransi juga diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dengan membuka kantor ke daerah lokasi lain yang ada di kota Bengkulu, dikarenakan kantor Asuransi Takaful keluarga Bengkulu hanya mempunyai 1 kantor saja yang berlokasi di Jln. Ahmad Yani, Kota Bengkulu.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian sebelumnya yang ingin melakukan penelitian dibidang pemasaran khususnya pada strategi lokasi dengan cara meneruskan dan menggunakan variabel-variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini juga diharapkan sebagai masukan dan pertimbangan bagi masyarakat yang ingin menjadi nasabah Asuransi Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. 2004. *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam*. Jakarta: Kencana.
- Al Arif, Nur Rianto. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Assuari, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Perss.
- Hak, Nurul. 2011. *Ekonomi Islam Hukum Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Teras.
- Herjanto, Eddy. 2000. *Manajemen Produksi Dan Operasi*, Edisi Kedua. Jakarta: PT. Grasindo
- Iqbal, Muhaimin. 2005. *Asuransi Umum Syariah dalam praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Kasmir. 2004. *Manajemen Perbankan*. Jakarta:PT RajaGrafindo.
- Kasmir. 2008. *Manajemen Perbankan*, cet.3. Jakarta: Kencana.
- kementrian agama RI. 2006. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Bandung:CV Penerbit Diponegoro
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajat. 2015. *Menulis Skripsi / Tesis Dalam 60 Hari*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Lupiyoudi, Rambat dan A Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Morissan. 2014. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Oesman, Yevis Marty. 2010. *Sukses Mengelola:Marketing Mix,CRM, Customer Value, dan Customer Depedency*. Bandung: Alfabeta
- Priyatno, Duwi. 2012. *Belajar Cepat olahan Data Statistik SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi.
- Rangkuti, Freddy Rangkuti. 2002. *Measuring Customer Satisfacion*, Cet ketiga. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, Singgih dan Fandy Tjiptono. 2011. *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi Dengan SPSS*. Jakarta: Alex Media

- Soemitra, Andri. 2009. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Sudarsono, Heri. 2007. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, Sumardi. 2002. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. RajaGrafindo.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy Tjiptono. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andy.
- Widiyanto, Mikha Agus. 2012. *Statiska Terapan Konsep Dan Aplikasi SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Aditya. Danny. “*Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Warnet (Studi Di Jalan Simogan, Semarang)*,” Semarang: Skripsi Universitas Diponegoro. 2012.
- Hidayati, Sri. “*Strategi Dalam Meningkatkan Kpeuasan Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Bengkulu.*”. Bengkulu: Skripsi IAIN. 2016.
- Hartawan, Rizki Hartawan “*Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPRS Safir Kota Bengkulu*”. Bengkulu: Skripsi, IAIN Bengkulu. 2016.
- Hurriyati, Ratih Hurriyati dan Riza N Rukmana. 2007. “*Analisis Bauran Pemasaran Jasa Telepon Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pelanggan Resedensial Dalam Mengkonsumsi Pulsa (Suevey Pada Kandetal Bandung)*.” Bandung: Jurnal Stategicg: Alfabeta, 2007.
- Irsad. Z, “*Pengaruh Marketing Mix (Product, Price, Promotion, place) terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Operator Esia,*”. Jakarta: Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, 2010.
- Lovenia, Cristiana Okky Augusta Lovenia, “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah*

- Bank Jateng Cabang Utama Semarang).*” Semarang: Skripsi Universitas Diponegoro, 2012.
- Nurmayanti, Rosy. “*Pengaruh Customer Value, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Pelanggan Asuransi Syariah di Kota Bengkulu,*” Bengkulu: Skripsi Universitas Bengkulu. 2014.
- Machsun, Muchamad Ali. “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada “EDO” Rent Car Semarang”. Semarang: Skripsi Universitas Diponegoro, 2012.
- Sulistiono, Ari Budi. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap.*”. Semarang: Skripsi Universitas Diponegoro. 2010.
- Yulianto, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPRS Safir Bengkulu Dalam Memanfaatkan Tabungan Wadi’ah ,*”. Bengkulu: Skripsi IAIN Bengkulu, 2015.

<http://www.takaful.co.id/profilperusahaan>.

Keluarga, “Produk Asuransi Syariah,”<http://asuransitakaful.net/produk-asuransi-syariah/> (5

Nama : Emilda Utami
 Nim : 1316140333
 Fakultas/ Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
 Judul : Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi Takaful Keluarga Cabang Bengkulu.

Data Kuesioner

1. No Kuesioner :..... (diisi petugas)
2. Nama :.....
3. Jenis Kelamin :
 - Laki – laki
 - Perempuan
4. Usia :.....
5. Pekerjaan :.....

Petunjuk pengisian

1. Bacalah masing-masing pernyataan dibawah ini dengan baik dan teliti sebelum menjawab pernyataan.
2. Pilihlah salah satu jawaban dari keempat alternatif jawaban dengan cara memberikan tanda centang (\checkmark) pada salah satu kolom pada jawaban yang tersedia.
3. Keterangan jawaban sebagai berikut:
 - \checkmark SS : Sangat Setuju
 - \checkmark S : Setuju
 - \checkmark RR : Ragu-Ragu
 - \checkmark TS : Tidak Setuju
 - \checkmark STS : Sangat Tidak Setuju

LOKASI

No	Pernyataan	SS	S	RR	STS	TS
1	Akses ke lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga sangat mudah dijangkau					
2	Lalu lintas dari dan menuju kantor Asuransi Takaful Keluarga lancar					
3	Lokasi halaman parkir yang luas					
4	Lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga dekat dengan fasilitas-fasilitas umum					
5	Lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan					
6	Lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga berada di lingkungan yang terjamin keamanannya					
7	Lokasi kantor Asuransi Takaful Keluarga terletak di pusat Kota					

KEPUASAN NASABAH

No	Pernyataan	SS	S	RR	STS	TS
1	Penyedia layanan asuransi mampu memberikan layanan yang terbaik dan menyeluruh setelah melakukan perpindahan lokasi					
2	Kemampuan pihak asuransi memilih lokasi yang sekarang sesuai dengan harapan nasabah					
3	Kemampuan pihak asuransi memilih lokasi yang sekarang sesuai dengan persepsi nasabah					
4	Nasabah merasa puas dengan keadaan sekitar lingkungan asuransi					
5	Nasabah merasa puas dengan kondisi lokasi asuransi yang sekarang					

Bengkulu, Juli 2017

Syawal 1438 H

Mengetahui

Lampiran 14

Uji Reliabilitas Data

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	7

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.941	5

Lampiran 15

Uji Normalitas Data

Descriptive Statistics

	N	Skewness	
	Statistic	Statistic	Std. Error
rata-rata Lokasi	30	.028	.427
rata-rata Kepuasan	30	.480	.427
Valid N (listwise)	30		

Uji Homogenitas Data

Test of Homogeneity of Variance

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
rata-rata Lokasi	Based on Mean	.331	1	28	.570
	Based on Median	.000	1	28	1.000
	Based on Median and with adjusted df	.000	1	28.000	1.000
	Based on trimmed mean	.236	1	28	.631
rata-rata Kepuasan	Based on Mean	1.092	1	28	.305
	Based on Median	.528	1	28	.473
	Based on Median and with adjusted df	.528	1	27.911	.473
	Based on trimmed mean	1.118	1	28	.299

Lampiran 16

Uji Linear Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.521	.929		1.637	.113
	rata-rata Lokasi	.535	.223	.413	2.402	.023

a. Dependent Variable: rata-rata Kepuasan

Lampiran 17

Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	1.521	.929		1.637	.113
	rata-rata Lokasi	.535	.223	.413	2.402	.023

a. Dependent Variable: rata-rata Kepuasan

Uji Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.413 ^a	.171	.141	.68543

a. Predictors: (Constant), rata-rata Lokasi

Lampiran 12

Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Lokasi (X)	30	3.00	5.00	4.1333	.57135
Kepuasan (Y)	30	3.00	5.00	3.7333	.73968
Valid N (listwise)	30				

Lampiran 19**Tabel 1.1
Data Nasabah**

N o	Nama	Gender	Usia	Pekerjaa n
1	Rudi, S.H	Laki-laki	38 t a h u n	PNS
2	Sudarto	Laki-laki	47 t a	Wiraswast a

			h u n	
3	Reza Zardin	Laki-laki	29 t a h u n	Montir
4	Indawan Saleh	Laki-laki	34 t a h u n	Pedagang
5	Ahmad Syariar	Laki-laki	41 t a h u n	Wiraswast a
6	Irawan	Laki-laki	30 t a h u n	Wiraswast a
7	Abdul Aziz	Laki-laki	43 t a h u n	Petani
8	Siti hartati Nengsi	Perempua n	28 t a h u n	Pedagang
9	M. Jamil S.E	Laki-laki	38 t a h u n	PNS
10	Relian Ardi	Laki-laki	37	Petani

			t a h u n	
11	Turi Turunri nda, SPd	Laki-laki	42 t a h u n	PNS
12	Rahmat Putra	Laki-laki	35 t a h u n	Petani
13	Erianto	Laki-laki	53 t a h u n	Wiraswast a
14	Parsal Sasdi	Laki-laki	30 t a h u n	Pedagang
15	Irmansyah	Laki-laki	39 t a h u n	Wiraswast a
16	Santi Mardian , M.Keb	Perempua n	36 t a h u n	Bidan
17	Rahmat Sopian	Laki-laki	36 t a h u	Petani

			n	
18	Ali Hanariait, MM	Laki-laki	45 t a h u n	PNS
19	Ardi Ardian	Laki-laki	51 t a h u n	Polisi
20	Welly Susanti, SPd	Perempua n	30 t a h u n	Wiraswast a
21	Yumal Jahro	Laki-laki	40 t a h u n	Petani
22	Nisarwan	Laki-laki	38 t a h u n	Petani
23	Ramin Diarsah	Laki-laki	30 t a h u n	Pegawai
24	Ilham Syarif	Laki-laki	40 t a h u n	Pegawai
25	Sahlan	Laki-laki	30 t a	Petani

			h u n	
26	Bobby Utama	Laki-laki	29 t a h u n	Wiraswast a
27	Darmansya h, SPd	Laki-laki	43 t a h u n	PNS
28	M. Sapudin	Laki-laki	40 t a h u n	Pegawai
29	Listiyan. SPd	Perempua n	39 t a h u n	PNS
30	Feri Maryon o	Laki-laki	44 t a h u n	Wiraswast a

Lampiran 9

Tabel 1.1
Data Nasabah

N o	Nama	Gender	Usia	Pekerjaa n
1	Rudi, S.H	Laki-laki	38 t a h u n	PNS
2	Sudarto	Laki-laki	47 t a h u n	Wiraswast a
3	Reza Zardin	Laki-laki	29 t a h u n	Montir
4	Indawan Saleh	Laki-laki	34 t a h u n	Pedagang
5	Ahmad Syariar	Laki-laki	41 t a h u n	Wiraswast a
6	Irawan	Laki-laki	30 t a h u n	Wiraswast a
7	Abdul Aziz	Laki-laki	43 t a	Petani

			h u n	
8	Siti hartati Nengsi	Perempua n	28 t a h u n	Pedagang
9	M. Jamil S.E	Laki-laki	38 t a h u n	PNS
10	Relian Ardi	Laki-laki	37 t a h u n	Petani
11	Turi Turunri nda, SPd	Laki-laki	42 t a h u n	PNS
12	Rahmat Putra	Laki-laki	35 t a h u n	Petani
13	Erianto	Laki-laki	53 t a h u n	Wiraswast a
14	Parsal Sasdi	Laki-laki	30 t a h u n	Pedagang
15	Irmansyah	Laki-laki	39	Wiraswast

			t a h u n	a
16	Santi Mardian , M.Keb	Perempua n	36 t a h u n	Bidan
17	Rahmat Sopian	Laki-laki	36 t a h u n	Petani
18	Ali Hanariai t, MM	Laki-laki	45 t a h u n	PNS
19	Ardi Ardian	Laki-laki	51 t a h u n	Polisi
20	Welly Susanti, SPd	Perempua n	30 t a h u n	Wiraswast a
21	Yumal Jahro	Laki-laki	40 t a h u n	Petani
22	Nisarwan	Laki-laki	38 t a h u	Petani

			n	
23	Ramin Diarsah	Laki-laki	30 t a h u n	Pegawai
24	Ilham Syarif	Laki-laki	40 t a h u n	Pegawai
25	Sahlan	Laki-laki	30 t a h u n	Petani
26	Bobby Utama	Laki-laki	29 t a h u n	Wiraswast a
27	Darmansya h, SPd	Laki-laki	43 t a h u n	PNS
28	M. Sapudin	Laki-laki	40 t a h u n	Pegawai
29	Listiyan. SPd	Perempua n	39 t a h u n	PNS
30	Feri Maryon o	Laki-laki	44 t a	Wiraswast a

			h u n	
--	--	--	-------------	--

Correlations

	P.Lokasi1	P.Lokasi2	P.Lokasi3	P.Lokasi4	P.LOkasi 5	P.Loksi6	P.Lokasi7	lokasi
P.Lokasi1 Pearson Correlation	1	.591**	.646**	.582**	.709**	.729**	.639**	.841**
Sig. (2-tailed)		.001	.000	.001	.000	.000	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30
P.Lokasi2 Pearson Correlation	.591**	1	.772**	.454*	.686**	.731**	.503**	.807**
Sig. (2-tailed)	.001		.000	.012	.000	.000	.005	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30
P.Lokasi3 Pearson Correlation	.646**	.772**	1	.516**	.629**	.766**	.667**	.861**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.003	.000	.000	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30
P.Lokasi4 Pearson Correlation	.582**	.454*	.516**	1	.547**	.694**	.493**	.750**
Sig. (2-tailed)	.001	.012	.003		.002	.000	.006	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30
P.LOkasi 5 Pearson Correlation	.709**	.686**	.629**	.547**	1	.584**	.589**	.817**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002		.001	.001	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30
P.Loksi6 Pearson Correlation	.729**	.731**	.766**	.694**	.584**	1	.752**	.906**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001		.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30
P.Lokasi7 Pearson Correlation	.639**	.503**	.667**	.493**	.589**	.752**	1	.809**
Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.006	.001	.000		.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30
lokasi Pearson Correlation	.841**	.807**	.861**	.750**	.817**	.906**	.809**	1

Lampiran 13 Uji Validitas

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30

Correlations

	P.Kepuasan 1	P.Kepuasan 2	P.Kepuasan 3	P.Kepuasan 4	P.Kepuasan 5	kepuasaaa n
P.Kepuasan 1	1					
Pearson Correlation		.843**	.803**	.846**	.775**	.948**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30
P.Kepuasan 2	.843**	1				
Pearson Correlation			.671**	.733**	.609**	.857**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30
P.Kepuasan 3	.803**	.671**	1			
Pearson Correlation				.844**	.756**	.899**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30
P.Kepuasan 4	.846**	.733**	.844**	1		
Pearson Correlation					.778**	.930**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
N	30	30	30	30	30	30
P.Kepuasan 5	.775**	.609**	.756**	.778**	1	
Pearson Correlation						.873**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
N	30	30	30	30	30	30
kepuasaaa n	.948**	.857**	.899**	.930**	.873**	1
Pearson Correlation						
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	30	30	30	30	30	30

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

Lampiran 11

Waktu Penelitian

No	Tahapan Penelitian	Waktu Penelitian						
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Penentuan Topik	√						
2	Identifikasi Masalah	√						
3	Penyusunan Proposal Penelitian	√	√	√				
4	Penelitian Ke Lapangan			√	√	√	√	
5	Penyusunan Laporan Penelitian				√	√	√	√

Lampiran 21

Foto Dokumentasi

1. Pengisian Angket Oleh Nasabah







2. Lokasi Kantor Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu









