

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN NILAI
NASABAH TERHADAP KEPUASAN NASABAH TAKAFUL KELUARGA
BENGKULU (Studi Pada Produk Takaful Link Salam)**



SKRIPSI

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

OLEH:

**YUNI ASTRINA FITRI
NIM 1516140169**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
TAHUN, 2020/1441H**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu (Studi Pada Produk Link Salam)”**. Adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dipublikasi pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, November 2019 M

Rabiul Awal 1441 H




Yuni Astrina Fitri
NIM 1516140169

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh: **Yuni Astrina Fitri NIM: 1516140169** dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu”** Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan 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, Desember 2019

Rabiul Akhir 1441 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Asnaini MA
NIP. 197304121998032003

Kustin Hartini, MM
NIDN. 2002038102



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU**

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.iainbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Takaful Keluarga Bengkulu” oleh Yuni Astrina Fitri NIM: 1516140169, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah di uji dan di pertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari **Kamis**

Tanggal **: 30 Januari 2020 M/ 5 Jumadil Akhir 1441 H**

Dinyatakan LULUS. Telah di perbaiki, dapat di terima, dan di sahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan di beri gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Bengkulu, 5 Februari 2020 M

11 Jumadil-Akhir, 1441 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Dr. Asnaini MA

NIP. 197304121998032003

Penguji I

Andang Sunarto, Ph.D

NIP. 197611242006011002

Sekretaris

Kustin Hartini, MM

NIDN. 2002038102

Penguji II

Yosy Arisandy, MM

NIP. 198508012014032001

**Mengetahui,
Dekan**



Dr. Asnaini MA

NIP. 197304121998032003

MeJTB

غداً تَموت كأنك لآخرة ك واعمل ، أبدأ تَعْيش كأنك لَدنياك اعْمَل

“Bekerjalah untuk duniamu seakan-akan engkau hidup selamanya.

Beramallah untuk akhiratmu seakan-akan engkau akan mati besok”

(Syaiikh Muhammad bin Shalih Al-'Utsaimin rahimahullah)

“Ubah Pikiranmu dan Kau Dapat Mengubah Duniamu”

(Norman Vincent Peale)

“Hidup ini terlalu misteri untuk kau jalani dengan terlalu serius”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Ku persembahkan skripsi ini untuk yang selalu bertanya:
"Kapan skripsi selesai?"

Dengan mengucap *Alhamdulillah* robil'alamin, sujud syukur pada-Mu Ya Allah, akhirnya ku genggam jua harapan ini. Akan kupersembahkan skripsiku ini kepada orang-orang yang aku sayang dan cintai dunia akhirat:

1. Kehadirat-Mu Ya Allah, Tuhan semesta alam. Berkat Engkau hamba dapat menyelesaikan tugas hamba sebagai seorang anak yang diamanatkan untuk mencari ilmu di jalan-Mu.
2. Kepada baginda Nabi besar Muhammad SAW semoga syafaatmu menyertai perjuangan kami sebagai umatmu.
3. Teruntuk kedua orang tuaku, Ayah Yahya dan amak Asnizar yang sangat berjasa hingga anakmu bisa sampai dititik ini, semoga ini awal yang baik untuk masa depan ku dan mampu membuat kalian bangga.
4. Kakak-kakakku Yanto Aspiandi dan terutama Yanni Aspiani yang sangat membantu di saat krisis moneter terjadi wkwkwk terima kasih. Yasrialdi, Alda Januarti, Yudha Virgo Pradita dan Yusron Al Basyar sebagai motivator ku agar cepat-cepat selesai kuliah dan bisa membantu kalian setelah ini.
5. Pembimbing skripsiku Ibu Dr. Asnaini, MA selaku pembimbing I dan ibu Kustin, MM selaku pembimbing II, yang selalu membimbing, memberikan arahan dan meluangkan waktu sehingga anak didikmu mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas FEBI IAIN Bengkulu
7. Anisa Soraya (si Cantik, si baik, si kembaran ku dan si cepu kalo janji, sahabat sekaligus teman satu kelas dari semester 1 sampai saat ini) makasih telah berjuang dari awal hingga akhir bersama ku.

8. Dhia Bulikiah Darajat (si boncel, si penghibur n si galau antara putus atau nikah) makasih bebeb kooh yang selalu beri dukungan, semangat dan Printernya wkwk.
9. Juniarti Wulandari (si Ukhti dan si Misterius) makasih untuk semuanya.
10. Untuk teman seperjuanganku Prodi PBS Angkatan 2015 (Nafa, Oktarina, Reni, Hini, Nanda, Ferry, Nisa, Ryan dll), teman KKN kelompok 109 Desa Air Petai, serta anak PPL Rektorat serta ibuk-ibuk rektorat terima kasih atas bantuan, doa dan dukungan kalian selama ini. Semoga kesuksesan selalu menyertai kita semua. Amiin Allahumma Amiin.
11. Kepada kakak tingkat ku (Bima, Ihwan, Ilham, Slamet dll) makasih ya.
12. Untuk semua pihak dan orang-orang yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini, saya ucapkan terimakasih.
13. Untuk Agama, Bangsa dan Almamaterku Institut Agama Islam Negeri Bengkulu yang telah memberikanku banyak pelajaran sehingga menjadikanku pribadi yang lebih baik.

Bengkulu, November 2019 M

Rabiul Awal 1441 H

Yuni Astrina Fitri

NIM 1516140195

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap
Kepuasan Nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu
Oleh Yuni Astrina Fitri, NIM 1516140169

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu pada produk Link Salam secara uji parsial dan simultan. Jenis penelitian *asosiatif* dan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian *probability* sampling dimana semua populasi mempunyai peluang untuk menjadi sample, menekan pada fenomena objektif dengan mengumpulkan data primer berupa angket yang disebarakan pada 86 responden Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh X1 terhadap Y dimana nilai signifikan (sig) $0,005 < (\alpha) 0,05$ dengan kata lain H_0 diterima. Terdapat pengaruh X2 terhadap Y dimana nilai signifikan (sig) $0,000 < (\alpha) 0,05$ dengan kata lain H_0 diterima. Terdapat pengaruh X3 terhadap Y dimana nilai signifikan (sig) $0,012 < (\alpha) 0,05$ dengan kata lain H_0 diterima. Dan dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi yang menunjukan nilai koefisien korelasi (R Square) sebesar 0,548 atau sama dengan 54.8%. Yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), variabel kualitas produk (X2) dan variabel nilai nasabah (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 54.8%. Sedangkan sisanya ($100\% - 54.8\% = 45.2\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah

ABSTRACT

Effect of service quality, product quality and customer value to customer satisfaction of the family Takaful insurance in Bengkulu

by Yuni Astrina Fitri, NIM 1516140169

This study aims to examine the effect of service quality, product quality and customer value on customer satisfaction Bengkulu Family Takaful Insurance on Link Salam products in a partial and simultaneous test. This type of associative research and quantitative approach with probability sampling research methods in which all populations have the opportunity to be sampled, pressing on objective phenomena by collecting primary data in the form of a questionnaire distributed to 86 respondents. Data analysis technique used is multiple linear regression. The results showed that there was an influence of X1 on Y where the significant value (sig) $0.005 < (\alpha) 0.05$ in other words H_a was accepted. There is an effect of X2 on Y where the significant value (sig) $0,000 < (\alpha) 0.05$ in other words H_a is accepted. There is an influence of X3 on Y where the significant value (sig) $0.012 < (\alpha) 0.05$ in other words H_a is accepted. And it can be seen from the determination coefficient test results that show the value of the correlation coefficient (R Square) of 0.548 or equal to 54.8%. Which means that service quality variables (X1), product quality variables (X2) and customer value variables (X3) simultaneously (together) affect the customer satisfaction variable (Y) of 54.8%. While the rest ($100\% - 54.8\% = 45.2\%$) is influenced by other variables outside this regression equation or variables not examined.

Keywords: *Service Quality, Product Quality and Customer Value*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu (Studi Pada Produk Link Salan)”. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (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. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, MA, selaku Pembimbing I dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah membimbing dengan penuh kesabaran memberikan motivasi, arahan serta semangat yang tiada hentinya.
3. Desi Isnaini, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
4. Kustin Hartini M.M, selaku Pembimbing II, yang telah memberikan arahan, bimbingan, motivasi, semangat yang tiada henti agar dengan cepat menyelesaikan skripsi.
5. Kedua orang tuaku yang selalu mendo'akan kesuksesan ku selama ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmu dengan penuh keikhlasan.

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. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

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

Bengkulu, November 2019
Rabiul Awal 1441 H

Yuni Astrina Fitri
NIM 1516140169

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
SURAT PERNYATAAN VERIFIKASI PLAGIAT	iii
SURAT PESETTUJUAN PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Penelitian Terdahulu	9
G. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA	
A. Kajian Teori	
1. Kepuasan Nasabah	18
a. Pengertian Kepuasan Nasabah	18
b. Indikator Kepuasan Nasabah.....	20
c. Faktor-faktor Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	20
2. Kualitas Pelayanan	22

a. Pengertian Kualitas Pelayanan	22
b. Indikator Kualitas Pelayanan	25
3. Kualitas Produk	25
a. Pengertian Kualitas Produk	25
b. Indikator Kualitas Produk	27
4. Nilai Nasabah	28
a. Pengertian Nilai Nasabah	28
b. Indikator Nilai Nasabah	30
5. Asuransi Syariah	30
a. Pengertian Asuransi Syariah	30
b. Landasan Hukum Asuransi Syariah	33
c. Manfaat Asuransi	35
d. Prinsip-prinsip Asuransi Syariah	35
B. Kerangka Berpikir	37
C. Hipotesis	38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
B. Waktu dan Tempat Penelitian	39
C. Populasi dan Sampel	40
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	41
E. Variabel dan Definisi Operasional	42
F. Instrumen Penelitian	44
G. Teknik Analisis Data	46
1. Pengujian Kualitas Data	46
a. Uji Validitas	46
b. Uji Reliabilitas	46
2. Uji Asumsi Dasar	47
a. Uji Normalitas	47
b. Uji Homogenitas	48

3. Uji Asumsi Klasik	48
a. Multikolinearitas	48
4. Pengujian Hipotesis.....	49
a. Uji Regresi Berganda	49
b. Uji Parsial (Uji t).....	49
c. Uji Simultan (Uji f).....	50
5. Koefisien Determinasi.....	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Responden.....	51
1. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	51
2. Berdasarkan Usia Responden.....	51
B. Hasil Penelitian	52
1. Pengujian Kualitas Data.....	52
a. Uji Validitas	52
b. Uji Reliabilitas	55
2. Uji Asumsi Dasar	56
a. Uji Normalitas Data	56
b. Uji Homogenitas	57
3. Uji Asumsi Klasik.....	58
a. Multikolinearitas	58
4. Pengujian Hipotesis.....	59
a. Uji Regresi Berganda	59
b. Uji Parsial (Uji t).....	62
c. Uji Simultan (Uji f).....	63
d. Koefisien Determinasi.....	64
C. Pembahasan	
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu	64

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu	65
3. Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu	65
4. Besar Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu	66

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABLE

	Halaman
Tabel 3.1 Alternatif Jawaban	44
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen.....	45
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 4.2 Usia Responden.....	52
Tabel 4.3 Critical Values of Correlation (R Table).....	53
Tabel 4.4 Uji Validitas Kualitas Pelayanan	53
Tabel 4.5 Uji Validitas Kualitas Produk	54
Tabel 4.6 Uji Validitas Nilai Nasabah	54
Tabel 4.7 Uji Validitas Kepuasan Nasabah.....	55
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.9 Uji Normalitas Data	57
Tabel 4.10 Uji Homogenitas	58
Tabel 4.11 Uji Multikolonieritas.....	59
Tabel 4.12 Uji Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.13 Uji t	62
Tabel 4.14 Uji f	63
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir -----	37
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar ACC Judul
2. Bukti Menghadiri Seminar
3. Daftar Hadir Seminar
4. Surat Penunjukan Pembimbing
5. Halaman Pengesahan Penelitian
6. Surat Permohonan Izin Penelitian
7. Surat Izin Penelitian
8. Surat Keterangan Penelitian
9. Kuesioner
10. Kartu Bimbingan Skripsi , Pembimbing 1 dan Pembimbing 2
11. Data Mentah
12. Hasil SPSS
13. Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis saat ini semakin tajam. Setiap perusahaan harus lebih aktif dan agresif dalam merebut posisi pasar dan memenangkan persaingan.¹ Krisis ekonomi yang berawal dari krisis moneter pada pertengahan tahun 1997 dampaknya sangat luas terhadap seluruh sendi perekonomian ditengah air, sehingga sebagian besar industri pada berbagai bidang usaha mengalami kesulitan dan permasalahan berat, khususnya untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Setiap orang didalam usaha mengejar kesejahteraan baik kesejahteraan jasmani maupun rohani mulai memikirkan risiko yang mungkin akan terjadi dalam perjalanan hidupnya, baik kecerobohan dan manusia itu tersendiri. Manusia tidak ingin menderita kerugian dunia dan selalu mencegahnya, ataupun setidak-tidaknya mengalihkan risiko yang mungkin akan dihadapinya. Usaha mengalihkan risiko itu baru dirasakan sasarannya setelah tujuan mengalihkan risiko dilakukan melalui perjanjian, yaitu perjanjian pertanggungan lebih banyak dikenal dan dipakai dengan kata asuransi.²

¹ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2012), cet, II, h. 190

² AM. Hasan Ali, *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam Suatu Tinjauan Analisis Historis Teoritis Dan Praktis*, (Jakarta:Prenada Media, 2014), h. 92

Pengertian asuransi menurut undang-undang nomor 2 tahun 1992 adalah perjanjian dua orang pihak atau lebih, dengan mana pihak tertanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita tertanggung, yang timbul dari peristiwa yang tidak pasti.

Pengertian asuransi adalah suatu perjanjian, dengan mana seorang penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima suatu premi, untuk memberi penggantian kepadanya karena suatu kerugian kerusakan atau kehilangan keuntungan yang di harapkan,yang mungkin akan di deritanya karena suatu peristiwa yang tidak tertentu, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan.

APB (*Accounting Principles Board*) Statement mendefinisikan akuntansi sebagai berikut: Akuntansi adalah suatu kegiatan jasa, yang fungsinya memberikan informasi kuantitatif, umumnya dalam ukuran uang, mengenai suatu badan ekonomi yang dimaksudkan untuk digunakan dalam pengambilan keputusan ekonomi dalam memilih di antara beberapa alternatif.

Pengertian-pengertian akuntansi diatas merupakan pengertian secara konvensional, sedangkan akuntansi syariah merupakan akuntansi yang berdasar

prinsip-prinsip syariah yang esensi dasarnya merupakan sebuah upaya untuk mendekonstruksi akuntansi modern ke dalam bentuk yang humanis dan sarat nilai. Oleh karena itu, usaha untuk mencari bentuk akuntansi yang berwajah humanis, emansipatoris, transendental, dan teologikal merupakan upaya yang niscaya.³

Pada tanggal 5 Mei 1994, Takaful Indonesia mendirikan PT Asuransi Takaful Keluarga (Takaful Keluarga) bergerak dibidang asuransi jiwa syariah dan PT Asuransi Takaful Umum (Takaful Umum) bergerak dibidang asuransi umum syariah. Takaful Keluarga kemudian diresmikan oleh menteri keuangan saat itu, Mar'ie Muhammad dan mulai beroperasi sejak 25 Agustus 1994. Sedangkan takaful Umum diresmikan oleh Menristek/Ketua BPPT Prof. Dr. B.J Habibie selaku ketua sekaligus pendiri ICMI Dan mulai beroperasi pada 2 Juni 1995. Sejak saat itu Takaful Keluarga dan Takaful Umum mengembangkan industri asuransi syariah dan menjadi yang terdepan dibidangnya.⁴

Dari segi bahasa takaful berasal dari akar kata kafalah yang artinya bermacam-macam yaitu : mendukung, memberi makan. Takaful juga berarti saling membantu, menolong, menjamin, menanggung satu sama lain. Dari segi istilah takaful sebenarnya memiliki makna yang luas, ia bukan hanya dikenal sebagai perusahaan asuransi syariah atau dipahami sebagai perkara yang hanya berkenaan dengan sedekah dan ihsan yang ditunjukkan golongan miskin, akan

³ Djoko Kristianto, "Implikasi Asuransi Syariah dan Asuransi Syariah Terhadap Lembaga Keuangan Syariah". Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi Vol. 7, No. 1, April 2009.

⁴ Asnaini, dan Herlina Yustati, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2017), h.49

tetapi arti takaful juga meliputi aspek-aspek luas seperti pembinaan imam, pembinaan jiwa dan kepribadian dalam kehidupan individu, keluarga dan masyarakat serta tanggung jawab satu sama lain untuk menolong, membantu, bekerjasama, menjamin hak dan kesejahteraan hidup bersama dalam seluruh aspek kehidupan muslimin.⁵

PT. Asuransi Takaful Keluarga Kota Bengkulu merupakan tempat usaha dibidang pelayanan jasa, perusahaan asuransi merupakan perusahaan yang melakukan usaha pertanggungan terhadap risiko yang akan dihadapi oleh nasabah. Karena itu perusahaan asuransi memberikan jasa untuk mengurangi risiko yang tidak diinginkan di masa yang akan datang. PT. Asuransi Takaful Keluarga Kota Bengkulu telah memulainya dengan merintis produk-produk asuransi yang disesuaikan dengan prinsip syariah salah satunya adalah produk Link Salam sebagai Asuransi jiwa syariah yang bertujuan memberi kepastian perlindungan jiwa untuk waktu mendatang atau masa depan.

Salah satu cara utama mendiferensiasikan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan kualitas jasa pelanggan sasaran. Dalam Senoaji pada riset eksplanatorinya, menjelaskan layanan dan faktor-faktor yang menentukannya. Dalam penelitian ini didefinisikan bahwa kualitas layanan

⁵ Nurul ichsan Hasan, MA., *Pengantar Asuransi Syariah*, (Jakarta : Gaung Persada Press Group, 2014), h.17-18

sebagai derajat ketidakcocokan antara harapan normatif pelanggan pada jasa dan persepsi pelanggan pada kinerja layanan yang diterima.⁶

Menurut Mowen bahwa tingkat *performance* produk dapat diukur atau dilihat pada tingkat kepentingannya berdasarkan atribut-atribut kunci yang sudah diidentifikasi konsumen dalam. Keputusan mengenai atribut ini mempengaruhi reaksi konsumen terhadap suatu produk. Sehingga konsumen akan merasa puas jika atribut-atribut kunci atau khusus suatu produk yang dinilai sesuai dengan keinginan dan harapan dari konsumen.⁷

Pendapat Woodall dalam menggunakan suatu produk atau jasa, konsumen akan membandingkan antara biaya atau usaha yang dikeluarkan dengan manfaat atau keuntungan yang telah diperoleh konsumen sehingga tercipta nilai pelanggan, nilai untuk pelanggan atau *Value for the Customer* (VC) mencerminkan *customer value* itu sendiri, dimana menjelaskan mengenai apa yang diterima oleh konsumen dan juga apa yang dapat diberikan oleh konsumen.⁸

Dalam pemasaran saat ini tengah tumbuh konsep yang mengedepankan nilai-nilai spritual. Kertajaya menyampaikan bahwa di era sekarang, pemasaran

⁶ Muhammad Tho'in, Jurnal Muqtasid, "Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil Tekun (BMT) Karanggede Boyolali". Vol.2 No. 1 Juli 2001.

⁷ Dita Putri Anggreani, Srikandi Kumajdi, dan Sunarti. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), "Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan". Vol. 37 No. 1 Agustus 2016. |

⁸ Dita Putri Anggreani, Srikandi Kumajdi, dan Sunarti. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), "Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan". Vol. 37 No. 1 Agustus 2016. |

saat ini tidak hanya diterjemahkan dalam pengertian *positioning*, diferensiasi. Dunia pemasaran perlu menunjukkan nilai-nilai spiritual dalam pemasaran. Nilai-nilai yang ditebarkan itu diyakini tidak hanya mendongkrak profit tetapi juga menjamin kelanggengan dan penguatan karakter brand, sekaligus membentuk diferensiasi yang tidak tertandingi.⁹ Walaupun sebelumnya sudah ada penerapan etika dalam berbisnis, namun belum menjadi perhatian secara luas. Begitu juga dalam perasuransian nasional yang telah lama mengenal sistem perasuransi syariah disamping sistem perbankan konvensional yang telah ada sebelumnya.¹⁰

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan pada Juli 2019 pukul 14.00 di PT. Asuransi Takaful Keluarga Jl. Ahmad Yani Ruko kampus UNHAZ No.04 Kota Bengkulu, bersama salah satu staff karyawan yaitu Linda Hariyanti, Mengenai jumlah nasabah pada tahun 2013 – 2019 :

Tahun	Jumlah Nasabah (orang)
2015	145
2016	78
2017	73
2018	86

Sumber : PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Bengkulu

Berdasarkan tabel di atas pada tahun 2015 nasabah Link Salam berjumlah 145 nasabah, pada tahun 2016 berjumlah 78 nasabah, pada tahun 2017 berjumlah 73 nasabah dan pada tahun 2018 berjumlah 86 orang hal menunjukkan bahwa

⁹ Kompas.co.id

¹⁰ Agung Purwo Atmojo, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Semarang), dikutip dari <http://eprints.undip.ac.id/26399/2/jurnal.pdf>

jumlah nasabah pada tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2015 lebih banyak dibandingkan tahun 2018 hal ini tidak sesuai dengan harapan perusahaan.

Takafulink salam merupakan program unggulan yang direncanakan untuk memberikan manfaat perlindungan jiwa dan kesehatan menyeluruh sekaligus membantu kita untuk berinvestasi secara optimal untuk berbagi tujuan masa depan termasuk persiapan hari tua. Untuk itu peneliti sangat tertarik untuk mengambil judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai Nasabah, Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu (Studi Pada Produk Takaful Link Salam)”

B. Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi masalah yang akan diteliti, yaitu hanya membahas tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah asuransi takaful keluarga Bengkulu (studi pada produk link salam)

C. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu pada produk Link Salam?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu pada produk Link Salam?

3. Apakah nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu pada produk Link Salam?
4. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan nilai nasabah berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu pada produk Link Salam?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu pada produk Link Salam.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu pada produk Link Salam.
3. Untuk menguji nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu pada produk Link Salam.
4. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan nilai nasabah, secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu pada produk Link Salam.

E. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan ini, diharapkan dapat memberikan manfaat yang positif pada semua orang baik secara teoritis maupun praktis

1. Teoritis
 - a. Merupakan sarana belajar untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan merencanakan masalah yang nyata sehingga akan lebih meningkatkan pengertian dan teori-teori diperkuliahan.

- b. Diharapkan dapat memperluas ilmu pengetahuan dibidang kualitas pelayanan, kualitas produk dan nilai nasabah.
- c. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi literatur penelitian lanjutan yang berhubungan dengan kepuasan nasabah.

2. Praktis

- a. Bagi pihak Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah, kepuasan nasabah.
- b. Bagi nasabah agar mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan juga kualitas produk Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu.
- c. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah tingkat pemahaman masyarakat mengenai Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu.

F. Penelitian Terdahulu

Untuk membantu peneliti yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa penelitian terdahulu yang terdiri dari: Agung Purwo Atmojo, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Semarang). Dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, pengaruh nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah, pengaruh atribut produk islam terhadap kepuasan nasabah, dan pengaruh kualitas

pelayanan, nilai nasabah, dan atribut produk Islam secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada 100 nasabah BNI Syariah cabang Semarang, dengan menggunakan *purposive sampling*. Berdasarkan hasil analisis dapat ditarik kesimpulan Variabel nilai nasabah (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) BNI Syariah. Hal ini berdasarkan pada hasil pengujian statistik t yang menunjukkan tingkat signifikan, dimana probabilitas variabel sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikan yaitu 0,05. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel nilai nasabah memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan nasabah dengan koefisien regresi sebesar 0,385. Variabel kualitas layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) BNI Syariah. Hal ini berdasarkan pada hasil pengujian statistik t yang menunjukkan tingkat signifikan, dimana probabilitas variabel sebesar 0,005 lebih kecil dari tingkat signifikan yaitu 0,05. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan koefisien regresi sebesar 0,27. Variabel atribut produk Islam (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) BNI Syariah. Hal ini berdasarkan pada hasil pengujian statistik t yang menunjukkan tingkat signifikan, dimana probabilitas variabel sebesar 0,005 lebih kecil dari tingkat signifikan yaitu 0,05. Hasil analisis *regresi linear* berganda menunjukkan bahwa variabel atribut produk Islam memberikan

pengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan koefisien regresi sebesar 0,234. Ketiga variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan, nilai nasabah, dan atribut produk Islam secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai uji F sebesar 44,347 dengan signifikansi 0,000. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel variabel independen yang diajukan yaitu kualitas layanan, nilai nasabah, dan atribut produk Islam mampu untuk menjelaskan variasi dari variabel dependen kepuasan nasabah (Y) sebesar 56,8%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 43,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.¹¹

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel dan hasil penelitian, yaitu sama-sama menguji kepuasan nasabah. Hasil penelitian terdahulu dan ini sama, yaitu pengaruh kualitas layanan dan nilai nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian terdahulu dengan sekarang terletak pada objek penelitian, penelitian terdahulu pada nasabah BNI Syariah sedangkan penelitian ini pada nasabah Asuransi Takaful keluarga Bengkulu

Penelitian dari Ramadhoni Adiyatama (2015) yang berjudul "Pengaruh kualitas jasa, nilai nasabah, dan atribut produk perbankan syariah terhadap kepuasan nasabah (Studi pada nasabah BPRS bangun drajat warga yogyakarta). Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh variabel kualitas jasa, nilai

¹¹ Agung Purwo Atmojo, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Semarang)

nasabah, dan atribut produk perbankan syariah terhadap kepuasan nasabah BPRS Bangun Drajat warga Yogyakarta. BPRS Bangun Drajat warga merupakan salah satu BPR Syariah tertua di Yogyakarta yang berkantor pusat di Jalan Gedong Kuning Selatan No.131 Yogyakarta. Saat ini BPRS Bangun Drajat warga sudah memiliki satu kantor cabang dan 2 Kantor kas yang tersebar di beberapa tempat di daerah Istimewah Yogyakarta.

Dalam penelitian ini populasinya adalah nasabah BPRS Bangun Drajat Warga yang menggunakan produk pembiayaan dan tabungan dengan jumlah sample yang diambil sebanyak 100 nasabah. Pengambilan sample menggunakan *purposive sampling* alat analisisnya menggunakan *regresi linier* berganda. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah kualitas jasa, nilai nasabah, atribut produk perbankan syariah. Sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan nasabah.¹²

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas jasa, nilai nasabah, dan atribut produk perbankan syariah, secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kemudian dari hasil uji parsial menunjukkan variabel nilai nasabah dan atribut produk perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan variabel kualitas jasa tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

¹² Ramadhoni Adiyatama, "Pengaruh kualitas jasa, nilai nasabah, dan atribut produk perbankan syariah terhadap kepuasan nasabah (Studi pada nasabah BPRS bangun drajat warga yogyakarta), Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga, 2015.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel dan hasil penelitian, yaitu sama-sama menguji kepuasan nasabah dan nilai nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian terdahulu dengan sekarang terletak pada objek penelitian, penelitian terdahulu pada nasabah BPRS Bangun Drajat warga Yogyakarta sedangkan penelitian ini pada nasabah Asuransi Takaful keluarga Bengkulu

Penelitian dari Much Yai lutfi Mubarak (2017) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Atribut Produk Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta)”. Dalam penelitian ini penulis menggunakan kualitas layanan, nilai nasabah, dan atribut produk perbankan syariah sebagai variabel independen yang akan diteliti bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Setelah dilakukan tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis, diperoleh data dari penyebaran kuesioner dari 100 nasabah BNI Syariah cabang Yogyakarta. Yang diperoleh dengan menggunakan *purposive sampling*. Metode Kuesioner ini digunakan untuk mencari informasi dan mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang terlihat pada nilai adjusted R Square sebesar 0,546 yang berarti bahwa kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas layanan, nilai nasabah, atribut produk perbankan syariah sebesar 54,6% sedangkan sisanya 45,4% yang dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Berdasarkan uji F

secara simultan variabel kualitas layanan, nilai nasabah, dan atribut produk perbankan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, nilai nasabah tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, dan atribut produk perbankan syariahh berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu kualitas layanan dan atribut produk perbankan syariah mempunyai andil besar dalam menciptakan kepuasan nasabah.¹³

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel dan hasil penelitian, yaitu sama-sama menguji kepuasan nasabah. Hasil penelitian terdahulu dan penelitian ini sama, yaitu pengaruh kualitas layanan dan nilai nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian terdahulu dengan sekarang terletak pada objek penelitian, penelitian terdahulu pada nasabah BNI Syariah cabang Yogyakarta sedangkan penelitian ini pada nasabah Asuransi Takaful keluarga Bengkulu.

Penelitian jurnal dari Nurul Qomarlah yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas layanan, citra institusi, dan nilai-nilai keislaman terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada universitas muhamadiyah di Jawa Timur. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh

¹³ Much Yayi lutfi Mubarak, “*Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Atribut Produk Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah* (Studi pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta), Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga, 2017.

mahasiswa Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur sebanyak 46.479 mahasiswa. Teknik pengambilan sample adalah *proportional randem sampling*. Responden yang digunakan sebanyak 400 mahasiswa. Analisis yang digunakan adalah struktural equation mode 1 (SEM) dengan bantuan AMOS 18. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa. Variabel nilai-nilai keislaman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, tetapi tidak berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa. Variabel kepuasan mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa.¹⁴

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel, yaitu sama-sama menguji kepuasan. Perbedaan penelitian terdahulu dengan sekarang terletak pada objek penelitian dan variabel Y, penelitian terdahulu pada pelanggan mahasiswa Muhammadiyah Jawa Timur. Sedangkan penelitian ini pada nasabah Asuransi Takaful keluarga Bengkulu. Penelitian terdahulu mempunyai 2 variabel Y, yaitu kepuasan dan loyalitas mahasiswa. Penelitian ini hanya mempunyai variabel Y, yaitu kepuasan nasabah.

Penelitian jurnal dari Dita Putri Anggreani, Srikandi Kumajdi, dan Sunarti yang berjudul “Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Jenis

¹⁴ Nurul Qomarlah, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur)”. Skripsi, Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Jember, 2017.

penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* (penelitian penjelasan) dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan yang telah berkunjung dan melakukan transaksi pembelian Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah minimal dua kali atau lebih. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 102 responden yang diambil dengan menggunakan *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*). Hasil analisis jalur (*path analysis*) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, serta kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai *p-value* ($p < 0,05$). Berdasarkan hasil penelitian ini sebaiknya pemilik Rumah Makan Sakinah terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk mulai dari cita rasa, porsi yang pas, variasi lauk yang ditawarkan sampai memberikan jaminan halal bagi produk yang ditawarkan, hal ini dilakukan agar pelanggan terus merasa puas dan akan kembali dimasa yang akan datang.¹⁵

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel dan hasil penelitian, yaitu sama-sama menguji kepuasan. Hasil penelitian terdahulu dan penelitian ini sama, yaitu pengaruh kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Perbedaan penelitian terdahulu dengan sekarang terletak pada objek penelitian, penelitian terdahulu pada

¹⁵ Dita Putri Anggreani, Srikandi Kumajdi, dan Sunarti. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), "Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan". Vol. 37 No. 1 Agustus 2016.]

pelanggan Rumah Makan Sakinah sedangkan penelitian ini pada nasabah Asuransi Takaful keluarga Bengkulu.

G. Sistematika Penulisan

Bab pertama menguraikan pendahuluan yang menjadi pondasi dari setiap karya ilmiah yang berisi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan skripsi.

Bab kedua berisi kajian teori. Kajian teori menguraikan teori yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti dan juga sebagai sumber informasi dan referensi.

Bab ketiga berisi metode penelitian dimana metode penelitian ini meliputi jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data, instrument penelitian, Definisi Operasional variabel dan teknik analisis data.

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

Bab kelima berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan penyajian secara singkat apa yang diperoleh dari pembahasan serta menjawab rumusan masalah dan saran merupakan anjuran yang diberikan penulis kepada

pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian dan berperan bagi penulis selanjutnya.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR

A. Kajian Teori

1. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Menurut Kottler kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia terima dibandingkan dengan harapannya. Nasabah baru akan merasa puas apabila kinerja pelayanan perbankan yang mereka dapatkan sama atau melebihi dari apa yang mereka harapkan dan perasaan kecewa nasabah akan timbul apabila kinerja yang diperolehnya tidak sesuai dengan apa yang menjadi harapannya.¹⁶

William B.Martin menyatakan kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang- kurangnya memberikan hasil (*outcome*) yang sama dengan harapan pelanggan. Ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Bagi pelanggan, apa yang dihasilkan perusahaan baginya tidak begitu penting. Pelanggan memikirkan apa yang akan dibelinya untuk memuaskan kebutuhannya atas dasar pertimbangan nilai.

¹⁶ Muhammad Tho'in, Jurnal Muqtasid, "Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil Tekun (BMT) Karanggede Boyolali". Vol.2 No. 1 Juli 2001

Pelayanan pelanggan bermutu hanya bisa dipahami dari sudut pandang pelanggan. Kita harus merumuskan pelayanan bermutu melalui mata pelanggan.

Menurut Tjiptono kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara usaha dan hasil.¹⁷

Lovelock.H.C dkk berpendapat bahwa Kepuasan yang tinggi merupakan polis asuransi terhadap suatu yang salah, yang tidak akan terhindarkan karena adanya keragaman yang terkait dengan produksi jasa. Pelanggan jangka panjang dalam situasi ini akan lebih memanfaatkan karena pengalaman positif sebelumnya, dan pelanggan yang puas akan kurang tertarik dengan tawaran pesaing. Tidak mengherankan bahwa perusahaan telah terobsesi dengan kepuasan pelanggan, mengingat hubungannya langsung dengan kesetiaan pelanggan, pangsa pasar dan keuntungan.¹⁸

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia terima dibandingkan dengan

¹⁷ Muhammad Tho'in, Jurnal Muqtasid, "Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil Tekun (BMT) Karanggede Boyolali". Vol.2 No. 1 Juli 2001

¹⁸ Sumber: <http://repository.uin-suska.ac.id/4139/3/BAB%20II.pdf>, pada hari Minggu, tanggal 28 April 2019, Pukul 10.57 WIB

harapannya. Nasabah baru akan merasa puas apabila kinerja pelayanan perbankan yang mereka dapatkan sama atau melebihi dari apa yang mereka harapkan dan perasaan kecewa nasabah akan timbul apabila kinerja yang diperolehnya tidak sesuai dengan apa yang menjadi harapannya.

b. Indikator Pengukuran Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk. Indikator pengukuran kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:¹⁹

- 1) Perasaan puas (yang terkait arti puas di dalam sini yaitu berkaitan dengan produk karena sesuai dengan konsep dari Irawan).
- 2) Selalu membeli produk
- 3) Akan merekomendasikan kepada orang lain
- 4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

c. Faktor-faktor Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah:²⁰

¹⁹Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2013),h. 3

²⁰Donni Juni Priansa. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 195

1) Pelayanan Karyawan

Pelayanan Karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dasar penilaian dalam hal ini pelayanan karyawan meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan.

2) Fasilitas

Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen. Dasar penilaian meliputi penataan barang, tempat penitipan barang, kamar kecil dan tempat ibadah.

3) Nilai nasabah

Nilai nasabah merupakan faktor penting karena apabila perusahaan melayani nasabah dengan baik maka nasabah akan memandang perusahaan tersebut baik dan sangat memuaskan. Dasar penilaian meliputi pelayanan, kenyamanan dan keamanan.

4) Lokasi

Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen. Penilaian terhadap atribut lokasi meliputi lokasi perusahaan, kecepatan dan ketepatan dalam transportasi.

5) Produk

Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen. Dasar penilaian terhadap pelayanan produk ini meliputi : jenis produk, mutu atau kualitas produk dan persediaan produk.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting yang harus dimiliki oleh suatu perusahaan agar dapat memenangkan persaingan di hati konsumen. Menurut *American Society for Quality Control* kualitas merupakan keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik - karakteristik dari suatu produk maupun jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan.

Menurut Fandy Tjiptono, kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, alam, dan lingkungan yang memenuhi harapan. Menurut Christopher H. Lovelock dan Lauren, Untuk memberikan kualitas layanan yang baik maka perlu dibina hubungan yang erat antar konsumen dan perusahaan dengan demikian, kualitas merupakan faktor kunci sukses bagi suatu organisasi atau perusahaan.²¹

²¹ Agung Purwo Atmojo, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Semarang)

Kualitas pelayanan, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan²². *Service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh. Lewis & Booms merupakan pakar yang pertama kali mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.²³

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan.²⁴ Menurut Kotler dalam Fajar Laksana, pelayanan adalah suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.²⁵

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan evaluasi pelanggan tentang kesempurnaan kinerja layanan yang diberikan oleh perusahaan pada konsumennya. Kualitas pelayanan sangat tergantung dari kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan, hal ini memberikan

²² Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bandung : Pustaka Setia, 2015), h.239

²³ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction edisi: 3*, (Yogyakarta : Andi, 2011), h.180

²⁴ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayan Prima* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013), h.12

²⁵ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 858

gambaran bahwa kualitas pelayanan meliputi pegawai yang memberikan pelayanan kepada konsumen. Hubungan internal antara pegawai dengan konsumen akan memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap persepsi kualitas pelayanan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurnaningsih, terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan merupakan faktor kunci yang akan menjadi keunggulan daya saing di dunia ekonomi saat ini. Metode pengukuran kualitas pelayanan yang biasa digunakan untuk mengukur kualitas pada perbankan konvensional serta banyak digunakan secara luas adalah metode SERVQUAL. Metode SERVQUAL didasarkan pada “Gap Model” yang dikembangkan oleh Parasuraman. Metode SERVQUAL didasarkan pada lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Namun kelima dimensi kualitas layanan tersebut bersifat general (pengukuran kualitas untuk bank konvensional), sehingga jika diterapkan pada perusahaan yang memiliki karakteristik khusus seperti perbankan Islam perlu mendapatkan modifikasi. Keunikan bank syariah dalam hal *compliance* yaitu pemenuhan hukum Islam dalam

operasionalnya tidak bisa disama ratakan dengan pengukuran yang sama dengan bank konvensional.²⁶

Teori di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah memenuhi apa yang konsumen inginkan dan perlukan, serta bagaimana tingkat pelayanan itu diberikan kepada konsumen untuk memenuhi harapan. Kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir yaitu produk dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan kualitas lingkungan.²⁷

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Fandy Tjiptono, dalam mengevaluasi jasa yang bersifat *Intangible*, konsumen umumnya menggunakan beberapa dimensi sebagai berikut :²⁸

- 1) Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 2) Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

²⁶ Putri Dwi Cahyani, *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta*, University Muhammadiyah Purwokerto, No. 02, Tahun MMXVI (Oktober 2016), h. 153

²⁷ Risna Pramudika Willy, *Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah dan Hambatan Pindah Terhadap Loyalitas Nasabah PD BPR Bank Bintul*, https://eprints.uny.ac.id/27750/1/SKRIPSI_RISNA%20PRAMUDITA%20WILLY_1140_4241_020.pdf, pada hari Minggu, tanggal 28 April 2019, Pukul 17.41 WIB

²⁸ Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Service, Quality & satisfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2011), h.198

- 3) Jaminan (*Assurance*), menyangkut pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keraguan.
- 4) Empati (*Emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

3. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Konsep produk berpendapat bahwa konsumen produk yang menawarkan kualitas, kinerja, atau fitur inovatif terbaik. Manajer dari organisasi ini berfokus untuk membuat produk yang unggul. Suatu produk baru tidak akan sukses jika tidak didukung oleh harga, distribusi, iklan, dan penjualan yang tepat.²⁹

Produk yang dihasilkan oleh dunia usaha pada umumnya berbentuk dua macam, yaitu produk yang berwujud dan tidak berwujud. Masing-masing produk untuk dapat dikatakan berwujud atau tidak berwujud memiliki karakteristik tertentu. Produk yang berwujud adalah produk yang berwujud berupa barang yang dapat dilihat, dipegang, dan dirasa secara langsung oleh konsumen sebelum membeli. Sedangkan produk yang tidak berwujud adalah jasa. Jasa adalah produk yang tidak

²⁹ Philip Kotler, *Manajemen pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 19

berwujud karena tidak bisa dilihat dan diraba, untuk itu produk jasa dapat dilihat dari bentuk perbuatan, penampilan atau sebuah istilah.³⁰

Pengertian produk menurut Philip Kotler adalah “sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan”. Sementara produk berupa dapat diartikan sebagai kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.³¹

b. Indikator Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk. Menurut David Garvin dalam buku Fandy Tjiptono kualitas produk memiliki delapan dimensi sebagai berikut:³²

- 1) *Performance* (kinerja), merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.
- 2) *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.

³⁰ Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi 2008*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014), h. 223

³¹ Kautsar Riza Salman. *Akuntansi Perbankan Syariah Berbasis PSAK Syariah*. (Jakarta :Indeks, 2012), h. 90

³² Fandy, Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2014, h.75

- 3) *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 4) *Serviceability* meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi; serta penanganan keluhan secara memuaskan.
- 5) *Durability*(daya tahan), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
- 6) *Esthetics* (Estetika), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.

4. Nilai Nasabah

a. Pengertian Nilai Nasabah

Nilai adalah konsep yang sentral perannya dalam pemasaran. Kita dapat memandang pemasaran sebagai kegiatan mengidentifikasi, menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan memantau nilai pelanggan.

Nilai nasabah adalah karakteristik produk yang ada dibenak dan dijelaskan oleh nasabah. Nilai nasabah menurut Kent Monroe dalam adalah *tradeoff* antara persepsi nasabah terhadap kualitas, manfaat produk dan pengorbanan yang dilakukan lewat pengorbanan yang di bayar. Sebuah perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang tinggi di mata para

nasabahnya kalau mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan yang seminimal mungkin kepada para nasabahnya.³³

Nilai yang dipersepsikan pelanggan (*CPV-Customer perceived value*) adalah selisih antara penilaian pelanggan propektif atas semua manfaat dan biaya dari suatu penawaran terhadap alternatifnya. Maka nilai yang dipersepsikan pelanggan didasarkan pada selisih antara apa yang didapatkan pelanggan dan apa yang ia berikan untuk kemungkinan pilihan yang berbeda. Pelanggan mendapatkan manfaat dan menanggung biaya.³⁴

Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah nilai nasabah (*Customer Value*). Monroe mendefinisikan nilai nasabah (*Customer Value*) sebagai *tradeoff* antara persepsi nasabah terhadap kualitas, manfaat produk dan pengorbanan yang dilakukan lewat pengorbanan yang dibayar. Nilai nasabah bisa juga dilihat sebagai cerminan dari kualitas, manfaat dan pengorbanan yang diberikan untuk mendapatkan sebuah produk atau layanan. Sebuah produk atau layanan dikatakan mempunyai nilai yang tinggi di mata nasabah apabila mampu

³³ Agung Purwo Atmojo, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Semarang)

³⁴ Philip kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 136

memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan yang seminimal mungkin.³⁵

Nilai nasabah adalah karakteristik produk yang ada dibenak dan dijelaskan oleh nasabah. Nilai nasabah menurut Kent Monroe adalah tradeoff antara persepsi nasabah terhadap kualitas, manfaat produk dan pengorbanan yang dilakukan lewat pengorbanan yang di bayar. Sebuah perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang tinggi di mata para nasabahnya kalau mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan yang seminimal mungkin kepada para nasabahnya.

b. Indikator Nilai Nasabah

Chandra dalam Tjiptono bahwa indikator dari nilai nasabah adalah:³⁶

- 1) Nilai produk yaitu manfaat yang bisa didapat jika nasabah menggunakan produk perasuransian.
- 2) Nilai layanan yaitu manfaat yang didapat nasabah setelah mendapat layanan perasuransian.
- 3) Nilai moneter yaitu pengorbanan yang dikeluarkan oleh nasabah untuk jasa perasuransian yang didapatkannya.

³⁵ Rachmad Hidayat, *Pengaruh Kulitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*, https://www.researchgate.net/publication/50434740_Pengaruh_Kualitas_Layanan_Kualitas_Produk_dan_Nilai_Nasabah_Terdapat_Kepuasan_dan_Loyalitas_Nasabah_Bank_Mandiri/download, pada hari Minggu, tanggal 28 April 2019, Pukul 18.06 WIB

³⁶ Agung Purwo Atmojo, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Semarang)

5. Asuransi Syariah

a. Pengertian Asuransi Syariah

Asuransi awalnya merupakan suatu kelompok yang bertujuan membentuk arisan untuk meringankan beban keuangan individu dan menghindari kesulitan pembayaran. Secara umum, konsep asuransi merupakan persiapan yang dibuat oleh kelompok orang yang menghadapi kerugian kecil yang tidak dapat diduga, kemudian kerugian tersebut ditanggung bersama. Untuk mencari jalan keluar dari berbagai macam unsur tersebut, apalagi tidak sejalan dengan aspek hukum Islam atau syari'ah, maka diusahakanlah dengan pembentukan asuransi yang menekankan pada sifat saling menanggung, saling menolong di antara tertanggung yang bernilai kebajikan menurut ajaran Islam.³⁷

Asuransi adalah suatu kesepakatan bersama antara anggota masyarakat untuk saling menjamin dan menanggung dengan cara mengumpulkan uang dan membuat sebuah tabungan dana keuangan bersama yang digunakan sebagai dana bantuan bagi seseorang yang ditimpa kesusahan. Hal ini dilakukan sebagai suatu usaha untuk menghadapi peristiwa yang mungkin akan terjadi yang menimpa seseorang dan membawa kepada kerugian.³⁸

³⁷ Drs. Herman Darmawi. *MANAJEMEN ASURANSI*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004). h.

³⁸ Nurul ichsan Hasan, *Pengantar Asuransi Syariah* (Jakarta: Gaung Persada Press Group, 2014),h.1

Menurut sudut pandang bisnis, asuransi adalah sebuah perusahaan yang usaha utamanya menerima/menjual jasa, pemindahan risiko dari pihak lain, dan memperoleh keuntungan dengan berbagi risiko (*sharing of risk*) diantara sejumlah besar nasabahnya. Selain itu, asuransi juga merupakan lembaga keuangan bukan bank, yang kegiatannya menghimpun dana (berupa premi) dari masyarakat yang kemudian menginvestasikan dana itu dalam berbagai kegiatan ekonomi (perusahaan).³⁹

Sementara Dewan Syari'ah Nasional MUI, dalam fatwanya mendefinisikan asuransi syari'ah sebagai usaha saling melindungi dan tolong menolong di antara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk asset atau tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syari'ah. Dari beberapa definisi di atas, jelaslah bahwa asuransi syari'ah bersifat saling melindungi dan tolong menolong atau yang disebut dengan ta'awun, yaitu prinsip hidup saling melindungi dan saling tolong menolong atas dasar ukhuwah islamiyah antara sesama anggota peserta asuransi syari'ah dalam menghadapi malapetaka (resiko).

Asuransi syariah di Indonesia dipelopori oleh PT Asuransi Takaful Indonesia yang berdiri pada tahun 1994. Perusahaan asuransi

³⁹ Drs. Herman Darmawi. *Manajemen Asuransi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004). h. 2

yang berlandaskan ajaran Islam ini berdiri atas prakarsa sejumlah cendekiawan Muslim, PT Bank Muamalat, Syarikat Takaful Malaysia sdn. Bhd., para pengusaha muslim, dan praktisi asuransi.

Sebagian kalangan Islam beranggapan bahwa asuransi sama dengan menentang *qadha* dan *qadar* atau bertentangan dengan takdir. Padahal sesungguhnya tidak demikian, karena pada dasarnya Islam mengakui bahwa kecelakaan, kemalangan, dan kematian merupakan takdir Allah yang tidak dapat ditolak. Hanya saja kita sebagai manusia diperintahkan membuat perencanaan untuk menghadapi masa depan. Allah berfirman dalam QS. Al-Hasyr ayat 18:⁴⁰

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ
خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk di hari esok (akhirat), dan bertaqwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

b. Landasan Hukum Asuransi Syariah

Hukum-hukum muamalah bersifat terbuka, dalam arti Al-Qur’an hanya memberikan aturan yang bersifat garis besar, selainnya diberikan kepada para mujtahid untuk mengembangkan melalui pikiran mereka selama tidak bertentangan dengan Al-Qur’an dan Hadist. Hakekat asuransi secara Islami adalah saling bertanggungjawab, saling bekerja sama atau

⁴⁰Mustafa Edwin Nasution, M. Sc. , MAEP, *Ekonomi Islam*. (Jakarta: Prenamedia Group, 2016), h. 297

saling tolong-menolong dengan melindungi penderitaan orang lain, dan ini menjadi dasar mengapa asuransi diperbolehkan dalam agama Islam karena asas prinsip syariat mengajak kepada sesuatu yang mengakibatkan keeratan jalinan sesama manusia dan kepada sesuatu yang meringankan bencana sesama manusia. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat Al-Maidah ayat 2.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا
الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا
حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ
الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”

Adapun peraturan-peraturan yang telah dikeluarkan pemerintah berkaitan dengan asuransi syariah, antara lain:

- 1) Keputusan Menteri Keuangan RI No. 426/KMK.06/2003 tentang Perizinan Usaha dan Kelembagaan Perusahaan Asuransi dan Perusahaan

Reasuransi. Peraturan ini ditentukan dalam pasal 3-4 mengenai persyaratan dan tatacara memperoleh izin usaha perusahaan asuransi dan perusahaan reasuransi dengan prinsip syariah, pasal 32 mengenai pembukaan kantor cabang dengan prinsip syariah dari perusahaan asuransi dan perusahaan asuransi konvensional, dan pasal mengenai pembukaan kantor cabang dengan prinsip syariah dari perusahaan asuransi dan perusahaan reasuransi dengan prinsip syari'ah.

- 2) Keputusan Menteri Keuangan RI No. 424/KMK.06/2003 tentang Kesehatan Keuangan Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi, dalam pasal 15-18 mengenai kekayaan yang diperkenankan harus dimiliki dan dikuasai oleh perusahaan asuransi dan perusahaan reasuransi dengan prinsip syari'ah.
- 3) Keputusan Direktur Jenderal Lembaga Keuangan Nomor Kep. 4499/LK/2000 tentang Jenis, Penilaian dan Pembatasan Investasi Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi Dengan Sistem syari'ah.⁴¹

c. Manfaat Asuransi

- 1) Asuransi melindungi risiko investasi
- 2) Asuransi sebagai sumber dana investasi
- 3) Asuransi untuk melengkapi persyaratan kredit

⁴¹Yuni Sri Astrin, *Prosedur Pengajuan Klaim Dalam Pelaksanaan Pembayaran Asuransi Kesehatan Pada Asuransi Takaful Indonesia Cabang Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam* (Jurusan Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, 2013)

- 4) Asuransi dapat mengurangi kekhawatiran
- 5) Asuransi mengurangi biaya modal
- 6) Asuransi manajemen kestabilan perusahaan
- 7) Asuransi dapat meratakan keuntungan
- 8) Asuransi dapat menyediakan layanan profesional
- 9) Asuransi mendorong usaha pencegahan kerugian
- 10) Asuransi membantu pemeliharaan kesehatan⁴²

d. Prinsip - Prinsip Asuransi Syariah

Untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan, setiap perjanjian asuransi harus mengandung prinsip-prinsip asuransi. Adapun prinsip-prinsip asuransi, antara lain *Insurable interest* (kepentingan yang dapat diasuransikan), *Utmost Good Faith* (itikad baik), *Indemnity* (ganti rugi), *proximate cause* (penyebab dominan), *Subrogation* (Pengalihan hak), *Contribution*. Adapun prinsip-prinsip Asuransi syari'ah meliputi:

- 1) Saling bertanggung jawab, dimana kesulitan seorang muslim dalam kehidupan menjadi tanggung jawab sesama muslim.
- 2) Sesama Muslim saling bekerjasama atau saling membantu
- 3) Sesama muslim saling melindungi penderitaan satu sama lain
- 4) Karnaen A. Perwataatmadja menambahkan satu prinsip, yaitu prinsip menghindari unsur-unsur gharar, maysir dan riba. Gharar menurut

⁴² Drs. Herman Darmawi. *Manajemen Asuransi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004) h.4

bahasa artinya adalah penipuan. Dalam asuransi syariah, gharar dapat diatasi dengan mengganti akad tabaduli dengan akad takafuli yaitu akad tolong menolong atau akad tabarru' dan akad mudharabah.

Kata maysir secara harfiah dalam bahasa Arab diartikan dengan memperoleh sesuatu dengan sangat mudah tanpa kerja keras atau mendapat keuntungan tanpa kerja keras. Terdapatnya unsur Maisyir merupakan kelanjutan dari adanya unsur gharar. Riba menurut istilah berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil. Asuransi syariah mengeliminir riba dengan menggunakan konsep mudharabah. Kontrak yang dipergunakan dalam asuransi syariah adalah akad tolong menolong (takafuli) yaitu akad tabarru' dan akad tijarah. Akad tijarah yang dipakai adalah mudharabah sedangkan akad tabarru' adalah hibah.⁴³

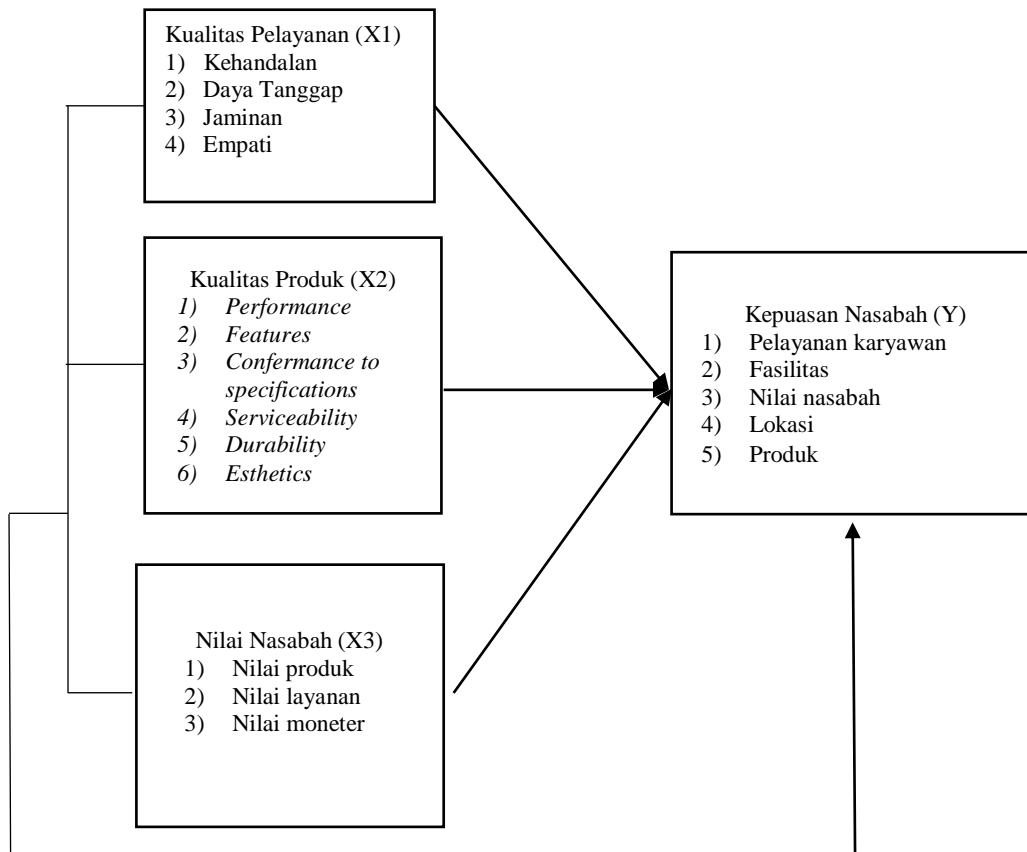
B. Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir berguna untuk mempermudah di dalam memahami persoalan yang sedang diteliti serta mengarahkan penelitian pada pemecahan masalah yang dihadapi. Maka penulis membuat suatu kerangka pemikiran yaitu sebagai berikut.

⁴³Ir. Muhamad Syakir Sula, FIIS. *Asuransi Syariah (Life And General)*, (Jakarta: Gema Insani, 2014), h. 31

Gambar 2.1

Skema Kerangka Berfikir

**C. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan kerangka berfikir diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu.

H2: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu.

H3: Nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu.

H4: Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian *asosiatif* yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu produk Link Salam sebagai variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia dengan dinamakannya sebagai variabel.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai dari peneliti mengajukan judul yaitu pada Juli sampai Januari 2020.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini adalah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu yang berlokasi di Ruko Kampus UNHAZ Jl. Ahmad Yani Kota Bengkulu,

Peneliti memilih tempat penelitian ini dikarenakan terdapat permasalahan yaitu jumlah nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu setiap tahunnya mengalami penurunan, hal ini mengakibatkan perusahaan sulit untuk mengembangkan usahanya lebih luas.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian ini adalah nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 86 nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu pada produk link Salam.⁴⁴

2. Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *probability sampling*, *probability sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel dimana semua populasi mempunyai peluang untuk terpilih menjadi sample. Cara menentukan sampel dalam penelitian menggunakan metode *simple random sampling*, metode sample jenis ini dilakukan dengan memberi kesempatan yang sama pada populasi untuk dapat dipilih sebagai sample⁴⁵.

Penelitian ini menggunakan populasi sebanyak 86 nasabah dengan cara penyebaran kuesioner, tetapi nasabah yang mengisi kuesioner hanya 46

⁴⁴ Linda, Karyawan Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu, Wawancara, Juli 2019.

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 82

nasabah, sehingga bisa dinyatakan bahwa sampel dalam penelitian ini sebanyak 46 nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu.

D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari sebuah penelitian dengan menggunakan instrumen, yang dilakukan pada saat tertentu dan hasilnya pun tidak dapat menggambarkan keadaan saat itu. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner online dengan link yaitu https://docs.google.com/forms/d/1KtBNTzsX8hGl_545RVJqOHI1mw2YV7ngGnjn0_4656E/edit yang disebar secara pribadi kepada para nasabah tentang pengaruh Kualitas pelayanan, nilai nasabah, dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu produk link salam

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tercatat dalam buku ataupun suatu laporan. Dalam penelitian ini yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, serta referensi-referensi dari literatur-literatur yang berhubungan dengan variabel penelitian.

2. Teknik Pengambilan data

- a. Observasi, diartikan sebagai suatu pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu, untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan. Pengumpulan informasi dengan cara bertanya langsung kepada pegawai di Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu tentang berapa banyak nasabah yang bergabung serta menggunakan produk apa.
- b. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Hal ini dilakukan untuk memperoleh data tentang pengaruh kualitas pelayanan, nilai nasabah, dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu
- c. Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

E. Variabel dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja serta ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulan.

a. Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel yang menjadi penyebab adanya atau timbulnya perubahan variabel dependen, disebut juga variabel yang mempengaruhi. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan nilai nasabah.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau dikenal juga sebagai variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel independen.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah..

2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis.

1) Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan yaitu memenuhi apa yang konsumen inginkan dan perlukan, serta bagaimana tingkat pelayanan itu diberikan kepada konsumen untuk memenuhi harapan.

2) Kualitas Produk

Kualitas produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian nasabah dan dikonsumsi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka.

3) Nilai Nasabah

Nilai nasabah adalah persepsi nasabah terhadap kualitas, manfaat produk dan pengorbanan yang dilakukan lewat pengorbanan yang di bayar.

4) Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia terima dibandingkan dengan harapannya

F. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti, dengan tujuan menghasikan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrument harus mempunyai skala.⁴⁶ Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yaitu memberi opsi responden untuk memilih jawaban yang sudah tertulis dalam kuesioner. Agar mempermudah responden dalam memberikan jawaban dari beberapa pernyataan.

Tabel 3.1
Skor Penilaian Kuesioner

No.	Kategori	Simbol	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	ST	4
3	Ragu-Ragu	RG	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h.92

Sumber : Sugiyono⁴⁷

Tabel 3.2
Kisi-kisi Instrumen

No	Variabel	Indikator	Item
1.	Kualitas Pelayanan	1. Kehandalan 2. Daya Tanggap 3. Jaminan 4. Empati	1. Perusahaan selalu mengukur kepuasan nasabah 2. Perusahaan Selalu menanyakan kebutuhan nasabah 3. Perusahaan selalu menerapkan sistem disiplin dalam proses kegiatan 4. Perusahaan selalu mengutamakan kenyamanan nasabah
2.	Kualitas Produk	1. <i>Performance</i> 2. <i>Features</i> 3. <i>Comfermance to Specifications</i> 4. <i>Serviceability</i> 5. <i>Durability</i> 6. <i>Esthetics</i>	1. Produk link salam memberikan rasa tenang dan menguntungkan 2. Fasilitas/fitur Link salam sangat membantu nasabah menghindari kegiatan riba 3. Cover produk link lalam sangat elegan dan menarik 4. Produk link salam sesuai dengan yang ditawarkan 5. Produk link salam selalu mengikuti perkembangan kebutuhan nasabah 6. Setoran perbulan link salam sangat terjangkau
3.	Nilai Nasabah	1. Nilai produk 2. Nilai Layanan 3. Nilai Moneter	1. Saya merasa aman setelah menjadi mitra Asuransi Takaful Keluarga Produk Link Salam 2. Menurut saya Asuransi Takaful Keluarga Produk Link Salam mudah berintraksi sosial 3. Pengorbana dan biaya yang dikeluarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h.93-94

4.	Kepuasan Nasabah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan karyawan 2. Fasilitas 3. Nilai nasabah 4. Lokasi 5. Produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pegawai asuransi baik dalam melayani 2. Fasilitas didalam bangunan asuransi yang bagus 3. Pegawai selalu tersenyum kepada nasabah 4. Kantor Asuransi Takaful Keluarga berlokasi strategis dan mudah di jangkau 5. Produk Link Salam tidak bertentangan dengan syariat Islam
----	------------------	---	--

G. Teknik Analisa Data

1. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Analisis validitas yaitu analisis untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data. Suatu pengukur dikatakan valid, jika alat itu mengukur apa yang harus di ukur alat itu. Untuk menguji kevalidan suatu data maka dilakukan uji validitas terhadap tiap-tiap kuesioner. Tinggi rendah validitas suatu angket atau kuesioner dihitung dengan menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total. Dalam penelitian ini perhitungan validitas item dianalisis menggunakan komputer program SPSS 16. Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan *critical value* pada tabel ini nilai r dengan taraf signifikansi 5% dan jumlah sampel yang ada. Apabila hasil perhitungan korelasi produk moment lebih besar dari *critical value*, maka instrumen

ini dinyatakan valid. Sebaliknya apabila skor item kurang dari *critical value*, maka instrumen ini dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan untuk menunjukkan hasil yang sama. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai dengan 1. Skala itu dikelompok ke dalam lima kelas dengan rank yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) *Nilai alpha Cronbach* 0,00 s.d. 0,20 berarti kurang reliabel
- 2) *Nilai alpha Cronbach* 0,21 s.d. 0,40 berarti agak reliabel
- 3) *Nilai alpha Cronbach* 0,42 s.d. 0,60 berarti cukup reliabel
- 4) *Nilai alpha Cronbach* 0,61 s.d. 0,80 berarti reliabel
- 5) *Nilai alpha Cronbach* 0,81 s.d. 1,00 berarti sangat reliabel.

Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > dari 0.60. Suyuthi, kuesioner dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,6. Jadi pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan keajegan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas Data

Merupakan teknik membangun persamaan garis lurus untuk membuat penafsiran, agar penafsiran tersebut tepat maka persamaan yang digunakan untuk menafsirkan juga harus tepat. Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik.⁶¹ Berdasarkan definisi tersebut maka tujuan dari uji normalitas tentu saja untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Dalam melakukan uji normalitas data dapat menggunakan pendekatan Kolmogorow-Smirnov yang dipadukan dengan kurva P-P Plots. ⁶² Kriteria pengambilan keputusan dengan pendekatan Kolmogorow-Smirnov adalah sebagai berikut ⁶³ :

- 1) Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ distribusi data adalah tidak normal.
- 2) Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ distribusi data adalah normal.

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas data digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak. Untuk menguji sampel sama atau tidak menggunakan *homogeneity of variance* dengan pedoman sebagai berikut:

1. Signifikan uji (α) = 0,05
2. Jika sig $> \alpha$ maka variansi setiap sample sama (homogen)

3. Jika $\text{sig} < \alpha$ maka variansi setiap sample tidak sama (tidak homogen)

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas itu saling berkorelasi. Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Di antara variabel independen terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas.

4. Uji Hipotesis

a. Model Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, variabel terikat dipengaruhi oleh dua variabel bebas. Maka untuk menguji atau melakukan estimasi dari suatu permasalahan yang terdiri dari lebih dari satu variabel bebas tidak bisa dengan regresi sederhana. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Persamaan umum regresi linier berganda adalah: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$ Keterangan :

Y = Variable dependen (Kepuasan nasabah)

X_1 = Variable independen (Kualitas pelayanan)

X_2 = Variable independen (Kualitas produk)

X_3 = Variable independen (Nilai nasabah)

a = Harga Konstanta (Harga Y bila $X=0$) b_1, b_2

b_n = angka arah atau koefisien regresi

Menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variable dependent yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) maka terjadi kenaikan dan bila (-) maka terjadi penurunan.

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Untuk mengetahui apakah berpengaruh secara signifikan dari variabel masing-masing independen pada variabel dependen, maka nilai signifikan t dibandingkan dengan derajat kepercayaannya. Apabila nilai signifikansi t lebih kecil dari α (0,05) maka dapat dikatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk membuktikan apakah variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikan < 0.05 maka hipotesis diterima yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai signifikan > 0.05 maka hipotesis ditolak yang artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (kualitas layanan, nilai nasabah, dan atribut produk islam) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah).

Rumus: $R^2 =$

$$r^2 \times 100\%$$

$R^2 =$ Koefisien Determinasi

$r =$ Koefisien Korelasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Responden

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden penelitian di Asuransi Takaful Keluarga adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-laki	27	33.33%
Perempuan	19	66.67%
Total	46	100%

Sumber: Data Primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan diatas dapat diketahui tentang presentase laki-laki dan perempuan nasabah Link Salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu yang diambil sebagai responden. Jumlah responden pria sebanyak 27 orang (66.67%) dan wanita sebanyak 19 orang (33.33%), dari total keseluruhan responden.

2. Deskripsi Umur Responden

Data mengenai responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi enam kategori, yaitu < 20 tahun, 21-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun dan > 50 tahun. Dalam Peraturan Pemerintah No.45 tahun 2015 dimana usia produktif 15-65 tahun. Adapun data mengenai usia

responden nasabah link Salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia Responden	Jumlah Responden	Presentase (%)
< 20	0	0%
21 – 30	9	19.56%
31 – 40	23	50%
41 – 50	10	21.74%
> 50	4	8.70%
Total	46	100.00%

Berdasarkan keterangan table diatas diketahui jika dilihat dari segi umur responden Link Salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu yang diambil sebagai responden. Responden yang menjadi sampel penelitian ini berusia < 20 tahun sebanyak 0 orang atau 0% , nasabah yang berusia 21-30 sebanyak 9 orang atau 19.56%, nasabah yang berusia 31-40 sebanyak 23 orang atau 50% dan nasabah yang berusia 41-50 tahun sebanyak 10 orang atau 21.74%. dan nasabah yang berusia >50 sebanyak 4 orang atau 8.70%. Dari keterangan di atas terlihat bahwa sebagian besar nasabah penelitian ini berusia 31-40 tahun.

B. Hasil Penelitian

1. pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Adapun metode yang digunakan pada uji validitas ini menggunakan korelasi *corrected item-total correlation* dimana alat ukur dikatakan valid jika r hitung $>$ r table. Hasil uji validitas data dapat dilihat pada table-tabel berikut:

Tabel 4.3
Critical Values Of Correfficient (r table)

N	Deg, Of Freedom (N-2)	Coefficient
		$\alpha=0,05$
46	44	0.2907

ada table 4.3 diketahui bahwa $N= 46$ koefisien $\alpha=0,05$ dan r table sebesar 0,2907 Uji validitas dikatakan valid apabila r hitung $>$ r table.

1) Uji Validitas Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Nomor Soal	r hitung	r tabel	Keterangan
SOAL 1	0,427	0,2907	Valid
SOAL 2	0,542	0,2907	Valid
SOAL 3	0,536	0,2907	Valid
SOAL 4	0,646	0,2907	Valid

Dari table 4.4 dapat diketahui bahwa hasil dari perhitungan masing-masing pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan memiliki r hitung $>$ 0,2907 sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang ada pada instrument pertanyaan kualitas pelayanan dalam penelitian dinyatakan valid.

2) Uji Validitas Variabel X2 (Kualitas Produk)

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Nomor Soal	r hitung	r tabel	Keterangan
SOAL 1	0,350	0,2907	Valid
SOAL 2	0,581	0,2907	Valid
SOAL 3	0,724	0,2907	Valid
SOAL 4	0,675	0,2907	Valid
SOAL 5	0,679	0,2907	Valid
SOAL 6	0,658	0,2907	Valid

Sumber: Data Primer diolah 2019

Dari table 4.5 dapat diketahui bahwa hasil dari perhitungan masing-masing pertanyaan pada variabel kualitas produk memiliki r hitung $> 0,2907$ sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang ada pada *instrument* pertanyaan kualitas produk dalam penelitian dinyatakan valid.

3) Uji Validitas Variabel X3 (Nilai Nasabah)

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Nilai Nasabah

Nomor Soal	r hitung	r tabel	Keterangan
SOAL 1	0,791	0,2907	Valid
SOAL 2	0,742	0,2907	Valid
SOAL 3	0,749	0,2907	Valid

Sumber: Data Primer diolah 2019

Dari table 4.6 dapat diketahui bahwa hasil dari perhitungan masing-masing pertanyaan pada variabel nilai nasabah memiliki r hitung $> 0,2907$ sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang ada pada *instrument* pertanyaan nilai nasabah dalam penelitian dinyatakan valid.

4) Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Nasabah)

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah

Nomor Soal	r hitung	r tabel	Keterangan
SOAL 1	0,704	0,2907	Valid
SOAL 2	0,820	0,2907	Valid
SOAL 3	0,666	0,2907	Valid
SOAL 4	0,720	0,2907	Valid
SOAL 5	0,707	0,2907	Valid

Sumber: Data Primer diolah 2019

Dari table 4.7 dapat diketahui bahwa hasil dari perhitungan masing-masing pertanyaan pada variabel kepuasan nasabah memiliki r hitung $> 0,2907$ sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang ada pada instrument pertanyaan kepuasan nasabah dalam penelitian dinyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama, dalam beberapa kali pelaksanaan pengukur teknik *Cronbach Alpha*, dimana alat ukur dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,50$. Adapun hasil dari uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>N of Items</i>	$\alpha = 0,50$	Keterangan
X1	0,577	4	0,50	Reliabel
X2	0,657	6	0,50	Reliabel
X3	0,628	3	0,50	Reliabel
Y	0,775	5	0,50	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah 2019

Berdasarkan hasil dari table 4.8 diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Alpha Cronbach* yang bervariasi dan > 0,50. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa alat ukur atau instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas digunakan untuk memuji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Untuk menguji normal atau tidaknya menggunakan *Uji Kolmogorov Smirnov*. Berikut ini disajikan hasil uji normalitas data dari penelitian yang sudah dilakukan:

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		46
<i>Normal Parameters^a</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.84017549
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.086
	<i>Positive</i>	.086
	<i>Negative</i>	-.058
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		.581
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.888

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data Primer diolah 2019

Dari tabel 4.9 dapat dilihat bahwa uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* hanya dengan melihat nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada output SPSS 16. Dapat terlihat bahwa data *Asymp.Sig. (2-tailed)* sebesar $0,888 > 0,05$ (5%), sehingga data pada penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui bahwa sampel memiliki varian yang sama. Hasil pengujian homogenitas data dengan menggunakan teknik *test of homogeneity of variance* dapat dilihat pada table berikut

Tabel 4.10
Uji Homogenitas

Variabel	Sig.	$\alpha > 0,05$	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,243	0,05	Homogen
Kualitas Produk	0,603	0,05	Homogen
Nilai Nasabah	0,842	0,05	Homogen

Berdasarkan table 4.10 hasil uji homogenitas data dengan menggunakan *test of homogeneity of variance* menunjukkan bahwa nilai probabilitas signifikansi seluruh variabel lebih $> (0,05)$, maka seluruh variabel bersifat homogenitas artinya data sampel yang diteliti memiliki varian yang sama. Dengan demikian uji analisis regresi dapat dilanjutkan.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat Nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIP). Jika nilai VIP tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model regresi dapat dikatakan bebas dari masalah Multikolinieritas. berikut ini adalah hasil uji multikolinieritas.

Tabel 4.11
Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance		Variance Inflation Faktor (VIF)		Ket
	Hasil Pengelolaan	Indikator	Hasil Pengelolaan	Indikator	
Kualitas Pelayanan	0,983	>0,1	1,017	<10	Tidak ada masalah multikolinieritas
Kualitas Produk	0,920	>0,1	1,087	<10	
Nilai Nasabah	0,906	>0,1	1,103	<10	

Sumber: Data Primer diolah 2019

Berdasarkan table 4.11 diatas, hasil uji *Variance Inflation Factor* (VIF) pada hasil output SPSS table Coefficients, masing-masing variabel independen memiliki nilai VIF Kualitas Pelayanan = 1,107 , Kualitas Produk = 1,087 dan Nilai Nasabah = 1.103 masing-masing variabel bebas memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,01 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas pada variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan nilai nasabah.

4. Pengujian Hipotesis

a. Analisa Regresi Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda karena penelitian ini mengetahui beberapa variabel independen, serta

untuk mengetahui arah hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut table uji regresi linier berganda:

Tabel 4.12
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.766	3.025		.253	.801
KPL	.379	.127	.312	2.979	.005
KPR	.400	.083	.520	4.805	.000
NN	.434	.166	.285	2.614	.012

a. Dependent Variable: KN

Sumber: Data Primer diolah 2019

Dari table 4.12 dapat disusun persamaan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 0.766 + 0.379X_1 + 0.400X_2 + 0.434X_3 + e$$

Hasil dari perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan suatu persamaan yang menunjukkan bahwa nilai X merupakan regresi yang diasumsikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (β_0) dari persamaan regresi linear adalah sebesar 0.766 artinya tanpa adanya kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan nilai nasabah (X_3), maka kepuasan nasabah produk link salam asuransi takaful keluarga Bengkulu (Y), masih akan meningkat sebesar 0,766. Hal ini dikarenakan masih adanya faktor lain diluar

faktor kualitas pelayanan, kualitas produk, dan nilai nasabah, maka kepuasan nasabah produk link salam asuransi takaful keluarga Bengkulu.

2. Koefesien Regresi (β_1) sebesar 0.376. jika variabel kualitas pelayanan (X1) naik 1 satuan, maka kepuasan nasabah (Y) akan naik sebesar 0,400 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model ini tetap. Artinya jika pengaruh kualitas pelayanan tinggi maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah Produk Link Salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Sebaliknya jika kualitas pelayanan rendah maka akan semakin rendah tingkat kepuasan nasabah Produk Link Salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu.
3. Koefesien Regresi (β_2) sebesar 0,400 artinya jika variabel kualitas produk (X2) naik 1 satuan, maka kepuasan nasabah (Y) akan naik sebesar 0,400 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model ini tetap. Artinya jika pengaruh kualitas produk tinggi maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah Produk Link Salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Sebaliknya jika kualitas produk rendah maka akan semakin rendah tingkat kepuasan nasabah Produk Link Salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu.
4. Koefesien Regresi (β_3) sebesar 0,434 artinya jika variabel nilai nasabah (X3) naik 1 satuan, maka kepuasan nasabah (Y) akan naik sebesar 0,434 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari

model ini tetap. Artinya jika pengaruh nilai nasabah tinggi maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah Produk Link Salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Sebaliknya jika nilai nasabah rendah maka akan semakin rendah tingkat kepuasan nasabah Produk Link Salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu.

b. Uji Parsial (uji t)

Uji parsial yaitu uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan nilai nasabah secara individual (parsial) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil dari pengujian dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.13
Uji Parsial (uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.766	3.025		.253	.801
	KPL	.379	.127	.312	2.979	.005
	KPR	.400	.083	.520	4.805	.000
	NN	.434	.166	.285	2.614	.012

a. Dependent Variable: KN

Sumber: Data Primer diolah 2019

Berdasarkan hasil pengolahan uji statistik pada table 4.13 di atas, hasil uji t dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan table 4.13 di atas, dapat diketahui nilai signifikan kualitas pelayanan (X1) sebesar $0,005 < 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa hipotesis satu (H1) diterima.
- 2) Berdasarkan table 4.13 di atas, dapat diketahui nilai signifikan kualitas produk (X2) sebesar $0,000 < 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dua (H2) diterima.
- 3) Berdasarkan table 4.13 di atas, dapat diketahui nilai signifikan nilai nasabah sebesar $0,012 < 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa hipotesis tiga (H3) diterima.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan nilai nasabah (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikansi terhadap keputusan nasabah. Hasil dari penelitian dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.14
Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	184.923	3	61.641	16.990	.000 ^a
Residual	152.381	42	3.628		
Total	337.304	45			

a. Predictors: (Constant), NN, KPL, KPR

b. Dependent Variable: KN

Sumber: Data Primer diolah 2019

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi $(0,000) < (\alpha) 0,05$, maka disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan nilai nasabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.15
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.740 ^a	.548	.516	1.905

a. Predictors: (Constant), NN, KPL, KPR

b. Dependent Variable: KN

Sumber: Data Primer diolah 2019

Berdasarkan hasil uji R Square pada table 4.15 menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,548 atau sama dengan 54.8%. Hal ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 54.8% sedangkan 45.2% di tentukan oleh faktor lain.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Link Salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah produk link salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas signifikan (sig) sebesar 0,005 lebih < (α) alpha 0,05 maka H1 diterima yang artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah produk link salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Link Salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah produk link salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas signifikan (sig) sebesar 0,000 < (α) alpha 0,05 maka H2 diterima yang artinya terdapat pengaruh kualitas produk terhadap

kepuasan nasabah produk link salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu.

3. Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Link Salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa Nilai Nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah produk link salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas signifikan (sig) sebesar $0,012 < (\alpha)$ alpha 0,05 maka H3 diterima yang artinya terdapat pengaruh nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah produk link salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Link Salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan nilai nasabah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah produk link salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi berganda yang diperoleh dari hasil uji F yang diketahui nilai probabilitas signifikan (Sig) adalah $0,000 <$ dari 0,05.

Dalam uji koefisien determinasi diperoleh besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,548 atau sama dengan 54,8%. Yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), variabel kualitas produk

(X2) dan variabel nilai nasabah (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 54.8%. Sedangkan sisanya ($100\% - 54.8\% = 45.2\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

Maka dapat disimpulkan H4 diterima dikarenakan tinggi atau rendahnya faktor kualitas pelayanan, kualitas produk dan nilai nasabah, bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah produk link salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah produk Link Salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t dimana nilai signifikan (sig) adalah 0,005 berarti nilai signifikan (sig) $0,005 < (\alpha) 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah produk Link Salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t dimana nilai signifikan (sig) adalah 0,000 berarti nilai signifikan (sig) $0,000 < (\alpha) 0,05$. Maka dapat disimpulkan H2 diterima.
3. Nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah produk Link Salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t dimana nilai signifikan (sig) adalah 0,012 berarti nilai signifikan (sig) $0,012 < (\alpha) 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima

4. Kualitas pelayanan, kualitas produk dan nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah produk Link Salam Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji F dimana nilai signifikan (sig) adalah 0,000 berarti nilai signifikan (sig) $0,000 < (\alpha) 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H4 diterima
5. Dari hasil uji koefisien determinasi yang menunjukkan nilai koefisien korelasi (R Square) sebesar 0,548 atau sama dengan 54.8%. Yang berarti bahwa Kualitas pelayanan, kualitas produk dan nilai nasabah secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 54.8% sedangkan 45.2% ditentukan oleh faktor lain.

B. Saran

Suatu penelitian akan memiliki arti jika dapat memberikan kontribusi atau manfaat bagi pembaca maupun penelitian berikutnya, dan untuk penelitian yang selanjutnya diharapkan dapat memasukan variabel lain yang belum dimasukan dalam model penelitian ini.

Dari penelitian ini penulis menyarankan agar setiap perbuatan kita dalam kehidupan sehari-hari harus sesuai dengan syari'at islam, tidak merugikan pihak lain(riba).

Dari kesimpulan di atas dapat direkomendasikan beberapa hal untuk dijadikan saran yaitu :

1. Bagi Nasabah

Sebelum memutuskan untuk bergabung menjadi nasabah ada baiknya mengetahui karakteristik, ataupun faktor-faktor yang melatar belakangi suatu perusahaan ataupun produk/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan terkait. Sehingga meminimalisir kerugian yang akan ditimbulkan dikemudian hari.

2. Bagi Perusahaan

Dengan membuat kualitas pelayanan, kualitas produk dan nilai nasabah yang baik, menarik dan berkesan di hati nasabah maka nasabah akan tertarik untuk selalu bergabung diperusahaan anda.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak, sumber maupun referensi dan menambah indikator yang terkait dengan kualitas pelayanan, kualitas produk dan nilai nasabah agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap. Dan diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan serta pengumpulan data segala sesuatunya sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih baik.

Daftar Pustaka

- Al Arif,Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2012)
- Ali,AM. Hasan, *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam Suatu Tinjauan Analisis Historis Teoritis Dan Praktis*, (Jakarta:Prenada Media, 2014)
- Anggreani Dita Putri, dkk, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, “*Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan*”. Vol. 37 No. 1 Agustus 2016.
- Asnaini, dan Herlina Yustati, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2017)
- Astono Ari Dwi, *Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Berllian PD. BPR Bank Daerah Pati* (Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia melalui Publikasi jurnal Ilmiah dalam Menyikapi RI No.20 Tahun 2017)
- Astrin, Yuni Sri, *Prosedur Pengajuan Klaim Dalam Pelaksanaan Pembayaran Asuransi Kesehatan Pada Asuransi Takaful Indonesia Cabang Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam* (Jurusan Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, 2013)
- Darmawi, Drs. Herman, *Manajemen Asuransi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004)
- Drs. Herman Darmawi. *Manajemen Asuransi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004)
- Hasan, Nurul Ichsan, *Pengantar Asuransi Syariah* (Jakarta: Gaung Persada Press Group, 2014)
- <http://repository.uin-suska.ac.id/4139/3/BAB%20II.pdf>
- Irawan Handi, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2013)
- Kasmir. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi 2008*. Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA, 2014)

- Kristianto, Djoko, "*Implikasi Asuransi Syariah dan Asuransi Syariah Terhadap Lembaga Keuangan Syariah*". *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi* Vol. 7, No. 1, April 2009.
- Laksana Fajar. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008)
- Nasution, Mustafa Edwin, M. Sc. , MAEP, *Ekonomi Islam*. (Jakarta: Prenamedia Group, 2016)
- Priansa, Ponni Juni. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Putri Dwi Cahyani, *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta*, University Muhammadiyah Purwokerto, No. 02, Tahun MMXVI (Oktober 2016)
- Purwo Atmojo Agung, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Semarang)
- Rachmad Hidayat, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*
- Risna Pramudika Willy, *Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah dan Hambatan Pindah Terhadap Loyalitas Nasabah PD BPR Bank Bintul*
- Salman Kautsar Riza. *Akuntansi Perbankan Syariah Berbasis PSAK Syariah*. (Jakarta :Indeks, 2012)
- Sugiyono, *Metode Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011)
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Sula, Ir. Muhamad Syakir, FIIS. *Asuransi Syariah (Life And General)*, (Jakarta: Gema Insani, 2014)
- Tjipytano, Fandy. *Pemasaran Jasa*. (Yogyakarta: Penerbit Andi. 2014)
- Tho'in, Muhammad, *Jurnal Muqtasid, "Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil Tekun (BMT) Karanggede Boyolali"*. Vol.2 No. 1 Juli 2001.

Willy Risna Pramudika, *Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah dan Hambatan Pindah Terhadap Loyalitas Nasabah PD BPR Bank Bintul*

Yusuf Murni, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Gabungan*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2017)

**L
A
M
P
I
R
A
N**

Kuesioner Penelitian

Nama : Yuni Astrina Fitri

NIM : 1516140195

Judul : Pengaruh Kualitas Peayanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu (Studi pada Produk Link Salam)

Bengkulu, Agustus 2019

Kepada Yth.

Saudara/i

Di Tempat

Dengan hormat,

Dengan kerendahan hati, saya mohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Kuesioner ini saya ajukan guna memperoleh data sebagai bekal melakukan proses penelitian dalam rangka penyusunan skripsi saya, dengan judul “ PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN NILAI NASABAH TERHADAP KEPUASAN NASABAH ASURANSI TAFAKUL KELUARGA BENGKULU (Studi Pada Produk Link Salam) ”

Bersama ini pula, perlu saya sampaikan, bahwa data yang Anda berikan hanya untuk kepentingan pengerjaan skripsi semata, dan dijamin kerahasiaannya. Demikian permohonan ini saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas perhatian dan kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini.

Bengkulu, 22 Agustus 2019
Peneliti

Yuni Astrina Fitri
NIM. 1516140169

Kuesioner Penelitian

A. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah baik-baik setiap pertanyaan/ Pernyataan yang disertai dengan pilihan jawaban yang tersedia.
2. Pilihlah pilihan jawaban yang menurut Anda sesuai dengan pikiran dan pengalaman Anda, kemudian berilah tanda cek (√) pada tempat yang telah disediakan disebelah kanan.
3. Jangan terpengaruh oleh jawaban atau pendapat teman Anda, karena kuesioner ini bersifat rahasia pribadi.
4. Jawaban Anda kami jamin kerahasiaannya.

Pilihlah jawaban dengan memberi tanda (√), karena pertanyaan/ pernyataan tersebut sesuai dengan pikiran atau pengalaman Anda.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

ST : Setuju

RG : Ragu-Ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

B. Identitas Responden

Nama Responden :(Tidak ditulis tidak apa-apa)

Alamat :

Pilihlah salah satu jawaban pada masing-masing pertanyaan di bawah ini. Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang dianggap paling benar.

1. Jenis Kelamin

a. Pria

b. Wanita

2. Umur

a. < 20 Tahun

d. 41-50 Tahun

b. 21-30 Tahun

e. > 50 Tahun

c. 31-40 Tahun

3. Pekerjaan

a. PNS

d. Pengusaha

b. Pegawai BUMN

e. Pelajar-Mahasiswa-Dosen

c. Pegawai Swasta

f. Lainnya

4. Berapa lama anda sudah menjadi nasabah Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu (studi pada produk Link Salam)?

a. < 1 Tahun

c. 3-5 tahun

b. 1-3 Tahun

d. > 5 Tahun

C. Pernyataan

Kualitas Pelayanan (X₁)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	ST	RG	TS	STS
1	Perusahaan selalu menanyakan kebutuhan nasabah					
2	Perusahaan selalu mengukur kepuasan nasabah					
3	Perusahaan selalu menerapkan sistem disiplin dalam proses kegiatan					
4	Perusahaan selalu mengutamakan kenyamanan nasabah					

Sumber:

repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/38238/Appendix.pdf;sequence=1 ., Kuesioner Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah. Universitas Sumatera Utara.

Kualitas Produk (X₂)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	ST	RG	TS	STS
1	Produk Link Salam memberikan rasa tenang dan menguntungkan					
2	Produk Link Salam selalu mengikuti perkembangan kebutuhan Nasabah					
3	Setoran perbulan Link Salam sangat terjangkau					
4	Produk Link Salam Selalu dapat mengikuti kebutuhan nasabah					
5	Fasilitas/Fitur produk Link Salam sangat membantu nasabah menghindari kegiatan riba					
6	Cover Produk-produk Link Salam sangat elegan dan menarik					

Sumber : Dsetika Primasari, Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan IB Hasanah terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah KC Ungaran. Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2016.

Nilai Nasabah (X₃)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	ST	RG	TS	STS
1	Saya merasa aman setelah menjadi mitra Asuransi Takaful Keluarga					
2	Menurut saya, Takaful Keluarga Bengkulu mudah berintraksi sosial					
3	Pengorbanan dan biaya yang dikeluarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan					

Sumber: repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/38238/Appendix.pdf;sequence=1 , Kuesioner Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah. Universitas Sumatera Utara.

Variabel Kepuasan Nasabah (Y)						
No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	ST	RG	TS	STS
1	Pegawai Asuransi baik dalam melayani					
2	Fasilitas di dalam bangunan Asuransi bagus					
3	Pegawai selalu tersenyum kepada nasabah					
4	Kantor Asuransi Takaful Keluarga berlokasi strategis dan mudah dijangkau					
5	Produk Link Salam tidak bertentangan dengan Syariat Islam					

Sumber:

repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/38238/Appendix.pdf;sequence=1, Kuesioner Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah. Universitas Sumatera Utara.

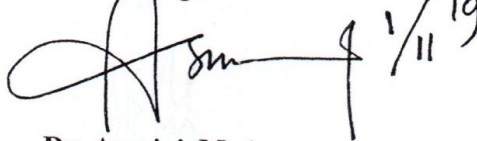
Bengkulu, 14 Oktober 2019
11 Rabi'ul Awal 1441 H
Penulis



Yuni Astrina Fitri
NIM. 1516140169

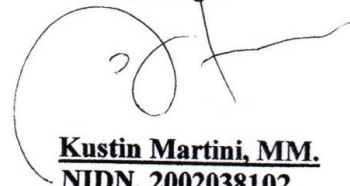
Mengetahui,

Pembimbing I



Dr. Asnaini, M. A.
NIP. 197304121998032003

Pembimbing II



Kustin Martini, MM.
NIDN. 2002038102

No	KUALITAS PELAYANAN (XI)				Total	KUALITAS PRODUK						Total	NILAI NASABAH			Total	KEPUASAN NASABAH					Total
	KPL1	KPL2	KPL3	KPL4		KPR1	KPR2	KPR3	KPR4	KPR5	KPR6		NN1	NN2	NN3		KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	
1	3	3	4	4	14	5	5	4	2	4	2	22	5	3	4	12	5	4	4	5	4	22
2	3	5	4	4	16	3	4	3	4	4	5	22	5	4	4	13	5	4	4	5	4	22
3	3	5	3	4	15	4	5	5	3	3	2	20	4	3	5	12	4	3	5	4	4	20
4	3	3	4	5	15	4	4	4	5	4	1	21	4	4	4	12	4	4	4	4	4	21
5	3	4	2	4	13	5	3	3	2	4	5	25	3	3	3	9	5	5	5	5	5	25
6	4	4	3	4	15	5	5	4	4	3	2	20	5	5	4	14	3	4	4	4	4	20
7	4	4	3	5	16	3	4	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
8	3	4	2	5	14	3	5	3	4	4	3	18	3	5	3	11	4	4	4	4	3	18
9	3	4	2	5	14	5	4	4	4	3	5	22	4	3	4	11	4	5	5	4	4	22
10	3	2	3	4	12	3	3	3	4	3	2	16	3	4	3	10	3	3	3	3	4	16
11	4	5	3	5	17	5	3	5	5	3	5	25	5	4	5	14	5	5	5	5	5	25
12	4	4	2	5	15	4	5	5	4	3	3	22	4	4	5	13	5	4	5	4	4	22
13	3	5	3	3	14	4	3	3	3	4	5	21	5	5	5	15	5	4	4	4	4	21
14	3	5	3	5	16	4	4	3	3	3	1	22	5	5	5	15	4	4	4	5	5	22
15	3	5	3	4	15	3	3	4	4	3	2	20	5	3	4	12	5	3	4	5	3	20
16	5	2	3	5	15	4	5	5	5	5	4	25	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
17	2	4	4	3	13	4	5	5	5	5	5	25	4	4	5	13	5	5	5	5	5	25
18	3	2	5	5	15	4	4	5	4	3	2	20	4	3	5	12	4	4	5	4	3	20
19	3	3	3	4	16	4	4	4	4	5	5	24	5	4	5	14	5	4	5	5	5	24
20	5	4	4	2	15	4	4	4	4	3	5	19	4	4	4	12	4	3	4	4	4	19
21	4	3	4	3	14	4	5	5	4	3	5	22	4	5	5	14	4	5	5	4	4	22
22	2	3	5	2	12	3	2	5	5	5	5	19	3	5	4	12	3	4	4	3	5	19
23	4	5	3	5	17	5	5	5	5	4	4	25	4	5	4	13	5	5	5	5	5	25
24	3	3	4	5	15	4	4	3	4	4	5	21	4	4	3	11	4	4	5	4	4	21
25	3	4	5	4	16	4	4	4	5	5	3	21	2	3	4	9	5	4	4	3	5	21
26	3	2	4	4	13	3	4	4	4	4	5	20	5	5	5	15	4	3	4	5	4	20
27	4	4	5	3	16	4	3	2	2	2	1	21	5	4	4	13	5	4	3	5	4	21
28	3	5	5	5	18	3	4	3	3	4	5	22	5	5	5	15	4	4	5	5	4	22
29	3	5	5	5	18	4	5	5	4	4	5	21	4	2	5	11	4	3	5	5	4	21
30	3	2	2	2	9	4	4	4	5	3	2	14	4	4	4	12	3	2	3	3	3	14
31	4	5	2	2	13	4	2	3	4	3	2	13	4	2	3	9	3	2	3	3	2	13
32	2	2	2	2	8	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
33	3	4	3	2	12	4	4	3	4	4	3	19	5	5	5	15	3	3	5	3	5	19
34	4	5	4	5	18	4	4	3	4	3	4	22	4	5	5	14	5	3	4	5	5	22
35	4	3	5	4	16	5	5	5	5	5	5	23	5	5	5	15	3	5	5	5	5	23
36	4	3	3	5	15	4	3	3	3	3	4	21	4	5	3	12	4	5	3	4	5	21
37	5	4	2	3	14	4	5	5	5	3	5	23	4	4	5	13	5	4	5	5	4	23
38	3	2	5	5	15	4	3	5	5	3	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
39	5	4	5	4	18	5	4	4	3	2	2	21	5	5	5	15	5	4	4	4	4	21
40	5	3	5	4	17	3	5	3	5	4	5	22	4	5	4	13	4	5	4	4	5	22
41	3	3	5	3	14	5	5	4	5	5	3	23	5	5	5	15	4	4	5	5	5	23
42	4	5	5	5	19	2	3	4	4	2	5	21	3	4	5	12	4	4	5	4	4	21
43	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	5	24	4	5	4	13	5	5	4	5	5	24
44	2	4	5	5	16	3	2	4	4	4	3	22	5	5	5	15	5	4	4	4	5	22
45	3	5	5	4	17	4	4	5	5	4	5	25	5	4	5	14	5	5	5	5	5	25
46	3	5	4	2	14	4	4	5	4	5	4	23	5	5	5	15	5	5	5	3	5	23

Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)

Correlations

		KPL1	KPL2	KPL3	KPL4	SKOR1
KPL1	Pearson Correlation	1	.096	-.030	.112	.427**
	Sig. (2-tailed)		.525	.842	.457	.003
	N	46	46	46	46	46
KPL2	Pearson Correlation	.096	1	.005	.111	.542**
	Sig. (2-tailed)	.525		.974	.461	.000
	N	46	46	46	46	46
KPL3	Pearson Correlation	-.030	.005	1	.142	.536**
	Sig. (2-tailed)	.842	.974		.348	.000
	N	46	46	46	46	46
KPL4	Pearson Correlation	.112	.111	.142	1	.646**
	Sig. (2-tailed)	.457	.461	.348		.000
	N	46	46	46	46	46
SKOR1	Pearson Correlation	.427**	.542**	.536**	.646**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	
	N	46	46	46	46	46

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.577	4

Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Produk (X2)

Correlations

		KPR1	KPR2	KPR3	KPR4	KPR5	KPR6	SKOR2
KPR1	Pearson Correlation	1	.363*	.240	-.030	.090	-.068	.350*
	Sig. (2-tailed)		.013	.109	.841	.551	.654	.017
	N	46	46	46	46	46	46	46
KPR2	Pearson Correlation	.363*	1	.361*	.221	.278	.091	.581**
	Sig. (2-tailed)	.013		.014	.140	.061	.550	.000
	N	46	46	46	46	46	46	46
KPR3	Pearson Correlation	.240	.361*	1	.568**	.301*	.298*	.724**
	Sig. (2-tailed)	.109	.014		.000	.042	.044	.000
	N	46	46	46	46	46	46	46
KPR4	Pearson Correlation	-.030	.221	.568**	1	.429**	.325*	.675**
	Sig. (2-tailed)	.841	.140	.000		.003	.027	.000
	N	46	46	46	46	46	46	46
KPR5	Pearson Correlation	.090	.278	.301*	.429**	1	.389**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.551	.061	.042	.003		.008	.000
	N	46	46	46	46	46	46	46
KPR6	Pearson Correlation	-.068	.091	.298*	.325*	.389**	1	.658**
	Sig. (2-tailed)	.654	.550	.044	.027	.008		.000
	N	46	46	46	46	46	46	46
SKOR2	Pearson Correlation	.350*	.581**	.724**	.675**	.679**	.658**	1
	Sig. (2-tailed)	.017	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	46	46	46	46	46	46	46

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.657	6

Uji Validitas dan Reliabilitas Nilai Nasabah (X3)

Correlations

		NN1	NN2	NN3	SKOR3
NN1	Pearson Correlation	1	.334*	.506**	.791**
	Sig. (2-tailed)		.023	.000	.000
	N	46	46	46	46
NN2	Pearson Correlation	.334*	1	.273	.742**
	Sig. (2-tailed)	.023		.066	.000
	N	46	46	46	46
NN3	Pearson Correlation	.506**	.273	1	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.066		.000
	N	46	46	46	46
SKOR3	Pearson Correlation	.791**	.742**	.749**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	46	46	46	46

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.628	3

Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Nasabah (Y)

Correlations

		KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	SKORY
KN1	Pearson Correlation	1	.453**	.281	.546**	.273	.704**
	Sig. (2-tailed)		.002	.058	.000	.067	.000
	N	46	46	46	46	46	46
KN2	Pearson Correlation	.453**	1	.477**	.372*	.620**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.002		.001	.011	.000	.000
	N	46	46	46	46	46	46
KN3	Pearson Correlation	.281	.477**	1	.375*	.329*	.666**
	Sig. (2-tailed)	.058	.001		.010	.025	.000
	N	46	46	46	46	46	46
KN4	Pearson Correlation	.546**	.372*	.375*	1	.319*	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.010		.031	.000
	N	46	46	46	46	46	46
KN5	Pearson Correlation	.273	.620**	.329*	.319*	1	.707**
	Sig. (2-tailed)	.067	.000	.025	.031		.000
	N	46	46	46	46	46	46
SKORY	Pearson Correlation	.704**	.820**	.666**	.720**	.707**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	46	46	46	46	46	46

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.775	5

Uji Normalitas dan Homogenitas

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		46
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.84017549
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		.581
Asymp. Sig. (2-tailed)		.888

a. Test distribution is Normal.

Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
X1	1.397	6	35	.243
X2	.764	6	35	.603
X3	.447	6	35	.842

Uji Multikolinieritas dan Uji F

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
		1	(Constant)	.766				
	KPL	.379	.127	.312	2.979	.005	.983	1.017
	KPR	.400	.083	.520	4.805	.000	.920	1.087
	NN	.434	.166	.285	2.614	.012	.906	1.103

a. Dependent Variable: KN

Uji Multikolieneritas

Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	184.923	3	61.641	16.990	.000 ^a
	Residual	152.381	42	3.628		
	Total	337.304	45			

a. Predictors: (Constant), NN, KPL, KPR

b. Dependent Variable: KN

Uji Regresi Linear Berganda dan Koefisien determinasi

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.766	3.025		.253	.801
	KPL	.379	.127	.312	2.979	.005
	KPR	.400	.083	.520	4.805	.000
	NN	.434	.166	.285	2.614	.012

a. Dependent Variable: KN

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.740 ^a	.548	.516	1.905

a. Predictors: (Constant), NN, KPL, KPR

b. Dependent Variable: KN