

**PENGARUH MOTIVASI, SIKAP KONSUMEN, GAYA HIDUP DAN
KONSEP DIRI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH ASURANSI
FULNADI KELUARGA BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

OLEH :

MAYENDRA RYAN

NIM 15161401282

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO

(UINFAS) BENGKULU

BRNGKULU, 2022 M/ 1443 H



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu.

Telepon (0736) 51276-51771 Faksimili (0736) 51171

Website: www.iainbengkulu.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Mayendra Ryan Pratama NIM. 1516140182
dengan judul **"Pengaruh Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya Hidup dan Konsep
Diri Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Fulnadi Keluarga Bengkulu"**

Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diperiksa dan
diperbaiki sesuai dengan saran Pembimbing I dan Pembimbing II. Oleh karena
itu, skripsi ini diuji dan layak untuk diujikan dalam sidang *Munaqasyah* Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Bengkulu.

Bengkulu, Agustus 2021 M

Dzulhijah 1442 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Nurul Hak, M.A

NIP. 1966061699501003

Drs.H. Syaifuddin, MM

NIP. 196204081989031008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu
Telepon (0736) 51276-51171 Faksimili (0736) 51171
Website: www.iainbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya Hidup dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Falmadi Keluarga Bengkulu", oleh Mayendra Ryan Pratama NIM. 1516140182, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertabahkan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada

Hari **Jum'at**

Tanggal **10 Desember 2021 M / 6 Jumadil Awal 1443 H**

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Bengkulu, **22 Desember 2021 M**

18 Jumadil Awal 1443H

Tim Sidang Munaqasah

Ketua

Sekretaris

Andang Sunarto, Ph. D

Drs. H. Syaifuddin, MM

NIP. 197611242006041002

NIP. 196204081989031008

Penguji I

Penguji II

Andang Sunarto, Ph. D

Rizky Hariyadi, MAcc

NIP. 197611242006041002

NIP. 198711262019031004

Mengetahui,

Plt. Dekan

Dr. Asnaini, M.A

NIP. 197312041998032003

MOTTO

Usahakan segala sesuatu dengan maksimal, sungguh takdir itu ada di ujung usaha, hanya mereka yang lemah yang berhenti ketika berhadapan dengan kegagalan, dan bagi mereka yang kuat kegagalan adalah sebuah pengingat untuk terus berusaha.

(Ustadz M. Izzudin Al-Hafidz)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur atas nikmat, ridho, dan kesempatan yang diberikan Allah SWT kepadaku, Akan kupersembahkan skripsiku ini kepada orang-orang yang aku cintai dunia akhirat:

1. Ayahku (Rainhard Sanjaya S.E) dan Ibuku (Nanik Handayani) tercinta yang tak pernah lelah membesarkan dengan penuh kasih sayang, serta selalu memberikan dukungan, motivasi, membimbing dan selalu menyelimkan doa tulus untuk kesuksesanku.
2. Saudara-saudaraku (Aditya Putra Dwi Jaya) yang menjadi tonggak penyemangatkku.
3. Pembimbing skripsiku bapak Dr. Nurul Hak, M.A selaku pembimbing I dan bapak Dr.H. Syaifuddin, M.M. selaku pembimbing II yang selalu membimbing, memberikan arahan dan meluangkan waktu sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan karyawan FEBI IAIN Bengkulu
5. Serta teman-teman seperjuangan yang tidak dapat disebut satu-persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini, saya ucapkan terimakasih
6. Untuk Agama, Bangsa, dan Almamater IAIN Bengkulu yang telah memberikanku banyak pelajaran sehingga membuatku pribadi menjadi lebih baik

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “Pengaruh Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Fulnadi Keluarga Bengkulu” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di 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 dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku

Bengkulu, Desember 2021 M
1442 H

Mahasiswa yang menyatakan

Mayendra Rian Pratama
NIM 1516140182

ABSTRAK

Pengaruh Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Fulnadi Keluarga Bengkulu, Oleh Mayendra Rian Pratama, NIM 1516140182.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Fulnadi Keluarga Bengkulu. Jenis penelitian ini lapangan dengan pendekatan kuantitatif asosiatif. Sampel penelitian ini sebanyak 88 nasabah dengan cara penyebaran kuesioner. Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut: 1) Terdapat pengaruh motivasi terhadap keputusan memilih asuransi takaful keluarga, diketahui dari nilai signifikansi (sig) (0,057) < (α) 0,05. 2) Terdapat pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan memilih asuransi takaful keluarga, diketahui dari nilai nilai signifikansi (sig) (0,000) > (α) 0,05. 3) Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan memilih asuransi takaful keluarga, diketahui dari nilai nilai signifikansi (sig) (0,000) < (α) 0,05. 4) Terdapat pengaruh konsep diri terhadap keputusan memilih asuransi takaful keluarga, diketahui dari nilai nilai signifikansi (sig) (0,000) < (α) 0,05. 5) Terdapat pengaruh berarti (X_1), sikap konsumen (X_2), gaya hidup (X_3) dan konsep diri (X_4) berpengaruh terhadap keputusan memilih (Y). Diketahui dari nilai F hitung adalah sebesar 4,136. karena nilai F hitung 23.997 > F tabel 2,48.

Kata Kunci: *Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya Hidup, Konsep Diri Keputusan dan Memilih*

ABSTRACT

The Influence of Motivation, Consumer Attitudes, Lifestyle and Self-Concept on the Decision to Choose Bengkulu Family Fulnadi Insurance, By Mayendra Rian Pratama, NIM 1516140182.

This study aims to determine the effect of motivation, consumer attitudes, lifestyle and self-concept on the decision to choose Bengkulu family Fulnadi insurance. This type of research is a field with an associative quantitative approach. The sample of this study was 88 customers by distributing questionnaires. Based on the research that has been carried out, the authors conclude as follows: 1) There is an influence of motivation on the decision to choose family takaful insurance, it is known from the significance value (sig) $(0.057) < (\alpha) 0.05$. 2) There is an influence of consumer attitudes on the decision to choose family takaful insurance, it is known from the significance value (sig) $(0.000) > (\alpha) 0.05$. 3) There is an influence of lifestyle on the decision to choose family takaful insurance, it is known from the significance value (sig) $(0.000) < (\alpha) 0.05$. 4) There is an influence of self-concept on the decision to choose family takaful insurance, it is known from the significance value (sig) $(0.000) < (\alpha) 0.05$. 5) There is a significant influence (X1), consumer attitudes (X2), lifestyle (X3) and self-concept (X4) affect the decision to choose (Y). It is known that the calculated F value is 4.136. because the calculated F value is $23,997 > F$ table 2.48.

Keywords: Motivation, Consumer Attitude, Lifestyle, Self-Concept Decisions and Choosing

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Fulnadi Keluarga Bengkulu”**. Untuk memenuhi 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.

Shalawat dan salam semoga tetap senantiasa dilimpahkan kepada junjungan dan uswatun hasanah kita Nabi Muhammad SAW, yang telah berjuang menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapat petunjuk menuju jalan yang benar sesuai syariat Islam.

Penulis juga menyadari tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka skripsi ini tidak mungkin terlaksana. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Drs. H. Zulkarnain Dali, M.Pd selaku Plt. IAIN Bengkulu.
2. Dr. Asnaini selaku Plt Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam .
3. Desi Asnaini, MA selaku Plt Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Yosi Arisandy, M.M. selaku Plt Ketua Prodi Perbankan Syariah.
5. Dr.Nurul Hak, M.A selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan bantuan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
6. Drs.H. Syaifuddin, M.M. selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.

7. Kedua orang tuaku yang selalu mendoakan kesuksesan. AmiinAllahumma Amin.
8. Bapak dan Ibu Dosen, Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing selama ini.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran semua pihak, demi perbaikan skripsi ini dimasa yang akan datang. penulis juga berharap semoga karya ini dapat memberi manfaat bagi penulis dan khususnya para pembaca pada umumnya..

Bengkulu, Desember 2021

Mayendra Rian Pratama
NIM:1516140182

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

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

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA

A. KajianTeori	
1. Motivasi	16
a. Pengertian Motivasi	16
b. Indikator Motivasi.....	16
2. Sikap Konsumen	17
a. Pengertian Sikap Konsumen	17
b. Indikator Sikap Konsumen.....	17
3. Gaya Hidup	18
a. Pengertian Gaya Hidup	18
b. Faktor-Faktor Gaya Hidup	19
c. Indikator Gaya Hidup.....	19
4. Konsep Diri	20
a. Pengertian Konsep Diri	20
b. Indikator Konsep Diri.....	22
5. Keputusan Pembelian	22
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
b. Indikator Keputusan	24
B. Kerangka Berpikir.....	25
C. Hipotesis.....	26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	27
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	27
C. Populasi dan Sampel	27
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	28
E. Variabel dan Definisi Operasional	29
F. Instrumen Penelitian.....	31
G. Teknik Analisis Data.....	31
1. Uji Kualitas Data.....	31
a. Uji Validitas	31
b. Uji Reliabilitas	32
2. Uji Asumsi Dasar	33
a. Uji Normalitas.....	33
b. Uji Homogenitas	34
3. Uji Asumsi Klasik.....	34
a. Multikolinearitas	34
4. Uji Hipotesis	35
a. Model Regresi Linier Berganda.....	35
b. Uji Simultan (Uji t)	35
c. Uji Parsial (Uji F).....	36
5. Koefisien Determinasi (R^2)	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	37
B. Hasil Penelitian	51
C. Pembahasan.....	62
1. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Takaful Keluarga.....	62
2. Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Takaful Keluarga	62
3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Takaful Keluarga	62
4. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Takaful Keluarga	63
5. Pengaruh Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya Hidup, dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Takaful Keluarga.....	63

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1Jumlah Nasabah Fulnadi Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu	4
Tabel 3.1 Pedoman Untuk Memberikan Intepetansi Koefisien Determinasi	38
Tabel 4.1 Umur Responden.....	50
Tabel 4.2 Pekerjaan Responden.....	51
Tabel 4.3 Uji Validitas Motivasi.....	52
Tabel 4.4 Uji Validitas Sikap Konsumen.....	52
Tabel 4.5 Uji Validitas Gaya Hidup.....	52
Tabel 4.6 Uji Validitas Konsep Diri.....	53
Tabel 4.7 Uji Validitas Keputusan Memilih.....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas.....	54
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.10 Uji Homogenitas.....	55
Tabel 4.11 Uji Multikolenieritas.....	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Linier Berganda.....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	58
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	61

DAFTAR GAMBAR

Tabel 4.1 Kerangka Berfikir	25
Tabel 4.1 Stuktur Organisasi Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

1. Jadwal Penelitian
2. Lembar ACC Judul
3. Bukti Menghadiri Seminar
4. Daftar Hadir Seminar
5. Halaman Pengesahan Penunjukan Tim Pembimbing
6. Surat Penunjukan Pembimbing
7. Halaman Pengesahan Penelitian
8. Surat Permohonan Izin Penelitian
9. Surat Izin Penelitian
10. Surat Keterangan Penelitian
11. Kuisioner
12. Data Tabulasi
13. SPSS
14. Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia keuangan khususnya lembaga Asuransi pada masa kini terus mengalami pertumbuhan. Pertumbuhan ini dapat dilihat dari jumlah lembaga atau perusahaan yang semakin banyak berdiri demi tujuan untuk menarik nasabah atau masyarakat sehingga lembaga tersebut bisa bertahan dan menghasilkan keuntungan.

Negara Indonesia adalah negara yang mayoritas penduduknya muslim. Oleh karena itu, beberapa tahun belakangan ini telah banyak berdiri lembaga-lembaga keuangan dengan sistem operasional berdasarkan prinsip-prinsip syariah salah satunya adalah Asuransi Syariah. Asuransi dalam literatur keislaman lebih banyak bernuansa sosial daripada bernuansa ekonomi atau *profit oriented* (keuntungan bisnis). Hal ini dikarenakan oleh aspek tolong menolong yang menjadi prinsip dasar asuransi syariah. Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia dalam fatwanya tentang pedoman umum asuransi syariah menyatakan bahwa Asuransi Syariah (*ta'min, takaful, tadhamun*) adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong di antara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan atau sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan atau

tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.¹

Suhwardi K. Lubis mengemukakan bahwa pada dasarnya asuransi atau pertanggungan merupakan suatu ikhtiar dalam rangka menanggulangi adanya risiko.² Muhammad Iqbal mendefinisikan asuransi syariah adalah suatu pengaturan pengelolaan risiko yang memenuhi ketentuan syariah, tolong-menolong secara mutual yang melibatkan peserta dan operator. Syariah berasal dari ketentuan-ketentuan di dalam Al-Qur'an (Firman Allah yang disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW) dan *As-Sunnah* (teladan dari kehidupan Nabi Muhammad SAW).³

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa asuransi syariah merupakan suatu kegiatan yang bergerak dalam usaha pertanggungan untuk saling melindungi dan tolong menolong diantara para peserta maupun pihak lain dalam menghadapi risiko dengan *tabarru'* melalui perjanjian yang sesuai dengan syari'at Islam. Asuransi syariah di Indonesia sendiri mulai berkembang pada akhir tahun 1994, yaitu dengan berdirinya Asuransi Takaful Indonesia pada tanggal 25 Agustus 1994, serta diresmikannya PT. Asuransi Takaful Keluarga melalui SK. Menkue No. Kep-385/KMK 017/1994. Pendiri Asuransi Takaful Indonesia diprakarsai oleh Tim Pembentuk Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI) yang dipelopori oleh ICMI melalui yayasan

¹Fatwa Dewan Syariah Nasional No.21/DSN-MUI/X/2001 Tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah

²Suharwardi K.Lubis, dan Farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta, Sinar Grafika, 2000, h. 80

³Muhammad Iqbal, *Asuransi Umum Syariah dalam Praktik*, Jakarta, Gema Insani Press, 2005, h. 2

Abdi Bangsa Bank Muamalat Indonesia, Asuransi Jiwa Teguh Mandiri Pejabat dari Departemen Keuangan dan Pengusaha Muslim Indonesia.⁴

Asuransi syariah itu sendiri mempunyai sebuah sistem, yaitu sistem saling memikul risiko di antara sesama peserta, sehingga antara yang satu dengan yang lainnya menjadi penanggung atas risiko yang muncul dengan prinsip saling tolong-menolong dalam kebaikan dengan cara mengibahkan dana *Tabarru'* atau dana kebajikan. Dana *Tabarru'* tersebut dihibahkan oleh peserta kepada kumpulan dana peserta asuransi syariah dan pengelolaannya diamanahkan kepada perusahaan asuransi dengan membayarkan sejumlah *fee* atau *ujrah* yang dikenal juga sebagai dana milik pengelola.

Asuransi Takaful merupakan lembaga keuangan yang menjalankan operasinya berdasarkan prinsip-prinsip syariah, dengan menghindarkan unsur *gharar* (ketidakpastian), *Maisir* (judi) dan *Riba* (bunga). Produk yang ada pada Asuransi Takafulyaitu, produk asuransi Fulnadi (Pendidikan). Produk ini sangat bermanfaat untuk masa depan anak. PT Asuransi Takaful Keluarga Kota Bengkulu telah memulainya dengan merintis produk-produk asuransi yang disesuaikan dengan prinsip syariah salah satunya adalah produk Fulnadi sebagai Asuransi Pendidikan Syariah yang bertujuan memberi kepastian berinvestasi dan perlindungan terhadap biaya pendidikan, agar biaya pendidikan anak bisa terpenuhi dari besaran premi asuransi yang sudah dibayarkan orang tua sejak anak lahir. Maka dapat dilihat tabel di bawah ini jumlah nasabah Fulnadi pada tabel berikut:

⁴Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2009), h. 250

Tabel 1.2
Jumlah Nasabah Fulnadi Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu

Tahun	Premi	Jumlah Nasabah (orang)
2017	Rp200.000,00	88
2018	Rp200.000,00	81
2019	Rp200.000,00	43

Sumber : Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu⁵

Tabel di atas menunjukkan bahwa produk Fulnadi pada tahun 2018 pada jumlah hanya memiliki jumlah nasabah sebanyak 81 nasabah. Dengan adanya penurunan jumlah nasabah maka perlu untuk dilakukan suatu penelitian atau analisis tentang apa yang mempengaruhi para nasabah untuk percaya kepada Asuransi Takaful Keluarga Kota Bengkulu yang membuat mereka untuk berkeinginan berasuransi ataupun sebaliknya. Konsumen dalam melakukan pembelian tidak langsung melakukan keputusan pembelian. Namun terlebih dahulu melalui proses pengambilan keputusan yang meliputi aktivitas pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi, pengambilan keputusan dan perilaku pasca pembelian. Keputusan pembelian akan dilakukan dengan menggunakan kaidah menyeimbangkan antara sisi positif dengan sisi negatif suatu merek ataupun mencari sendiri solusi terbaik dari perspektif konsumen, yang setelah konsumsi akan dievaluasi kembali. Menurut pandangan Islam mengenai pengambilan keputusan tersebut dapat

⁵Linda Hariyanti, *Costumer Service*, Wawancara pada tanggal 10 Januari 2019

dilihat berdasarkan ayat al-qur'an dalam Surah Al-Maidah : 5 Ayat 100 yang artinya:

يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ
الْخَبِيثَ َّ
يَا

Katakanlah: Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, Maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keuntungan.

Dari ayat di atas dapat disimpulkan bahwa dalam hal yang berkaitan dengan mengambil keputusan, ada hal yang baik maupun hal buruknya, maka sebelum mengambil keputusan kita harus memikirkannya terlebih dahulu dengan matang, karena bisa jadi yang baik itu sesungguhnya buruk untuk kita dan yang buruk itu bisa jadi sesungguhnya baik untuk kita. Salah satu faktor dorongan konsumen dalam keputusan memilih yaitu motivasi. Menurut *American Encyclopedia* yang dikutip dari Setiadi, motivasi adalah Kecenderungan (suatu sikap yang merupakan pokok pertentangan) dalam diri seseorang yang membangkitkan topanan dan tindakan. Motivasi meliputi faktor kebutuhan biologis dan emosional yang hanya dapat diduga dari pengamatan tingkah laku manusia. Sikap menurut Trurstone yang dikutip dari Setiadi, dia melihat sebagai salah satu konsep yang cukup sederhana, yaitu “jumlah pengaruh yang dimiliki seseorang atas atau menentang suatu objek”. Sedangkan menurut Allport yang dikutip dari Setiadi, sikap adalah “suatu mental dan saraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan

dan/atau dinamis terhadap perilaku.” Memahami sikap konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan karena sikap konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi apakah konsumen jadi membeli ataukah tidak.

Sikap konsumen merupakan kecenderungan yang dipelajari untuk berperilaku dengan cara yang tetap menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu objek tertentu (misalnya, suatu kategori produk, jasa, iklan, dan situs web).⁶ Sikap dinilai sebagai prediktor yang efektif untuk mengetahui perilaku konsumen. Sikap konsumen terhadap produk ramah lingkungan bisa dinilai dari suka (bersikap positif) atau tidak suka (bersikap negatif) terhadap suatu produk ramah lingkungan akan mempengaruhi keinginan untuk memilih serta melakukan keputusan pembelian.

Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya.⁷ Gaya hidup menurut Sunarto dalam Silvy menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Gaya hidup mencakup sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial atau kepribadian seseorang, gaya hidup menampilkan pola beraksi dan berinteraksi seseorang secara keseluruhan di dunia. Orang berasal dari sub budaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama mungkin mempunyai gaya hidup yang jauh

⁶Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung : Pustaka Setia, 2015), h. 148

⁷Melissa Paendong, Maria V. J. Tielung, *Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Di Galeri Smartfren Cabang Manado*, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi, Manado, Indonesia, Vol. 16 N0. 4, 2016

berbeda karena gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam psikografinya.

Konsep diri dalam penelitian Fadli et al. mengemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif signifikan dan kuat antara variabel konsep diri terhadap keputusan pembelian. Menurut Thomas konsep diri aktual, konsep diri ideal, konsep diri sosial aktual dan konsep diri sosial ideal semuanya memiliki hubungan yang positif dalam keputusan pembelian properti perumahan.⁸ Konsep diri dimiliki setiap individu terhadap produk yang akan dibeli. Konsep diri merupakan perasaan terhadap diri, gambaran deskriptif dan evaluatif mengenai kemampuan dan sifat seseorang.

Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Asuransi Takaful Keluarga Kota Bengkulu untuk mengkaji faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat dalam menjadi nasabah di asuransi tersebut. Maka dari itu, penulis mengangkat judul **“Pengaruh Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Fulnadi Keluarga Bengkulu”**.

B. Batasan Masalah

Peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya untuk melihat Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Fulnadi Keluarga Bengkulu.

⁸Aditya Primarianto, Lilik Noor Yuliati, dan M. Joko affandi, *Pengaruh Motivasi, Marketing Mix Dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Baru Di Perumahan Bukit CimangguCity Bogor*, Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor Gedung GSMK Lantai 2, Kampus IPB Dramaga Bogor, Vol. 4 No. 3, 2018

C. Rumusan Masalah

1. Apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan memilih asuransi Fulnadi keluarga Bengkulu?
2. Apakah sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan memilih asuransi Fulnadi keluarga Bengkulu?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan memilih asuransi Fulnadi keluarga Bengkulu?
4. Apakah konsep diri berpengaruh terhadap keputusan memilih asuransi Fulnadi keluarga Bengkulu?
5. Apakah motivasi, sikap konsumen, gaya hidup dan konsep diri secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan memilih asuransi Fulnadi keluarga Bengkulu?

D. Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan memilih asuransi Fulnadi keluarga Bengkulu.
2. Untuk mengetahui apakah sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan memilih asuransi Fulnadi keluarga Bengkulu.
3. Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan memilih asuransi Fulnadi keluarga Bengkulu.
4. Untuk mengetahui apakah konsep diri berpengaruh terhadap keputusan memilih asuransi Fulnadi keluarga Bengkulu.

5. Untuk mengetahui apakah motivasi, sikap konsumen, gaya hidup dan konsep diri secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan memilih asuransi Fulnadi keluarga Bengkulu.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dalam menyikapi citra merek, motivasi dan sikap konsumen yang diberikan dan dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang hal tersebut.

2. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur untuk penelitian lanjutan dan diharapkan dapat bermanfaat secara teori dan aplikasi dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai Asuransi Syariah khususnya Asuransi Takaful.

F. Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari penelitian dengan objek yang sama, maka diperlukan kajian-kajian terdahulu. Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan mengenai fenomena yang berkaitan dengan penelitian yang penulis angkat, antara lain sebagai berikut:

1. Idris Said Husein Duha, Skripsi, 2018, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, dengan judul *“Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Asuransi Syariah Jasindo Takaful (Studi Kasus Pada PT.Jasa Asuransi Indonesia Pematang Siantar)”*, skripsi ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis

pengaruh pengetahuan dan motivasi secara parsial dan simultan terhadap keputusan menjadi nasabah pada asuransi syariah Jasindo Takaful Pematang Siantar. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada asuransi syariah Jasindo Takaful Pematang Siantar, parsial yang ditunjukkan dari nilai t-hitung lebih besar dibandingkan t-tabel ($8,501 > 2,034$) dengan nilai signifikansi 0,000 ($\text{Sig} = 0,000 < 0,05$). Demikian juga halnya dengan motivasi yang berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Pada asuransi syariah Jasindo Takaful Pematang Siantar, yang ditunjukkan dari nilai t-hitung lebih besar dibandingkan t-tabel ($7,726 > 2,034$) dengan nilai signifikansi 0,000 ($\text{Sig} = 0,015 < 0,05$). Adapun pengetahuan dan motivasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah pada asuransi syariah Jasindo Takaful Pematang Siantar, yang ditunjukkan dari nilai F-hitung lebih besar dibandingkan F-tabel ($9,094 > 3,280$) dengan nilai signifikansi 0,000 ($\text{Sig} = 0,015 < 0,05$).⁹Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian. Pada penelitian terdahulu objek penelitian ini pada pembelian mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo, sementara penelitian ini objek penelitiannya yaitu nasabah Fulnadi pada Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Selain itu, juga pada penelitian Rico dan Hatane, variabel X1 yang digunakan adalah Motivasi, X2 Persepsi, X3 Sikap Konsumen, serta Variabel Y Keputusan Pembelian, sementara peneliti menggunakan X1 Motivasi, X2

⁹Idris Said Husein Duha, *Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Asuransi Syariah Jasindo Takaful (Studi Kasus Pada PT.Jasa Asuransi Indonesia Pematang Siantar)*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2018)

Sikap Konsumen, X3 Gaya Hidup dan X4 Konsep Diri serta variabel Y Keputusan Memilih Asuransi.

2. Safinatul Najah, Skripsi, 2016, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul *“Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah (Studi Bancassurance Pada Nasabah AXA Mandiri dan Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)”*, Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel motivasi, persepsi, dan sikap konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk asuransi syariah. Selanjutnya, secara simultan variabel motivasi, persepsi, dan sikap konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk asuransi syariah pada nasabah AXA Mandiri yang memiliki rekening aktif di Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta. Variabel motivasi, persepsi, dan sikap konsumen secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 84,7% dan sisanya 15,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.¹⁰ Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian. Pada penelitian terdahulu objek penelitian ini pada pembelian mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo, sementara penelitian ini

¹⁰Safinatul Najah, *Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah (Studi Bancassurance Pada Nasabah AXA Mandiri dan Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016)

objek penelitiannya yaitu nasabah Fulnadi pada Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Selain itu, juga pada penelitian Rico dan Hatane, variabel X1 yang digunakan adalah Motivasi, X2 Persepsi, X3 Sikap Konsumen, serta Variabel Y Keputusan Pembelian, sementara peneliti menggunakan X1 Motivasi, X2 Sikap Konsumen, X3 Gaya Hidup dan X4 Konsep Diri serta variabel Y Keputusan Memilih Asuransi.

3. Ana, Skripsi, 2010, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, dengan judul *“Pengaruh Motivasi, Pembelajaran, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Mahasiswi Universitas Sanata Dharma Kampus I, Mrican, Yogyakarta yang Menggunakan Produk POND’S White Beauty UV Protection Cream)”*, skripsi ini bertujuan untuk mengetahui: pengaruh motivasi, pembelajaran, dan sikap konsumen secara parsial terhadap keputusan pembelian ulang, pengaruh motivasi, pembelajaran, dan sikap konsumen secara simultan terhadap keputusan pembelian ulang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi, pembelajaran, dan sikap konsumen secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang.¹¹ Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian. Pada penelitian terdahulu objek penelitian ini pada pembelian mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo, sementara penelitian ini objek penelitiannya yaitu nasabah Fulnadi pada Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Selain itu,

¹¹Ana, *Pengaruh Motivasi, Pembelajaran, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Mahasiswi Universitas Sanata Dharma Kampus I, Mrican, Yogyakarta yang Menggunakan Produk POND’S White Beauty UV Protection Cream)*, (Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2010)

juga pada penelitian Rico dan Hatane, variabel X1 yang digunakan adalah Motivasi, X2 Persepsi, X3 Sikap Konsumen, serta Variabel Y Keputusan Pembelian, sementara peneliti menggunakan X1 Motivasi, X2 Sikap Konsumen, X3 Gaya Hidup dan X4 Konsep Diri serta variabel Y Keputusan Memilih Asuransi.

4. Rico Saputra dan Dosen Prof. Hatane Samuel, Jurnal Nasional, 2013, Universitas Kristen Petra, yang berjudul “*Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo*”, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Xenia di Sidoarjo. Variabel dari pengaruh Psikologis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen. Penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang konsumen pengguna mobil Daihatsu Xenia. Alat analisa yang digunakan untuk mengukur pengaruh faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian adalah analisa regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Daihatsu Xenia di Sidoarjo. Sedangkan faktor yang paling dominan mempengaruhi Keputusan Pembelian adalah Motivasi.¹² Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian. Pada penelitian terdahulu objek penelitian ini pada pembelian mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo,

¹²Rico Saputra, Hatane Samuel, *Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo*, Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra, Surabaya, 2013

sementara penelitian ini objek penelitiannya yaitu nasabah Fulnadi pada Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Selain itu, juga pada penelitian Rico dan Hatane, variabel X1 yang digunakan adalah Motivasi, X2 Persepsi, X3 Sikap Konsumen, serta Variabel Y Keputusan Pembelian, sementara peneliti menggunakan X1 Motivasi, X2 Sikap Konsumen, X3 Gaya Hidup dan X4 Konsep Diri serta variabel Y Keputusan Memilih Asuransi.

5. Steffi Gunawan, Jurnal International, 2015, Univeritas Kristen Petra, dengan judul *“The Impact of Motivation, Perception and Attitude toward Consumer Purchasing Decision: A Study Case of Surabaya and Jakarta Society on Carl’s Junior”*, skripsi ini bertujuan untuk menganalisa pemikiran, persepsi dan sikap terhadap keputusan pembelian, konsumen dan juga pembelian konsumen Surabaya dan Jakarta pada pembelian Carl Muda. Hasil penelitian menunjukkan ada perbedaan yang signifikan dari motivasi, persepsi dan sikap terhadap keputusan pembelian konsumen dan interaksi konsumen antara Surabaya dan Jakarta.¹³ Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian. Pada penelitian terdahulu objek penelitian ini pada pembelian mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo, sementara penelitian ini objek penelitiannya yaitu nasabah Fulnadi pada Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu. Selain itu, juga pada penelitian Rico dan Hatane, variabel X1 yang digunakan adalah Motivasi, X2 Persepsi, X3 Sikap Konsumen, serta Variabel Y Keputusan

¹³Steffi Gunawan, *The Impact of Motivation, Perception and Attitude toward Consumer Purchasing Decision: A Study Case of Surabaya and Jakarta Society on Carl’s Junior*, Univeritas Kristen Petra, Vol. 3 No.2, 2015

Pembelian, sementara peneliti menggunakan X1 Motivasi, X2 Sikap Konsumen, X3 Gaya Hidup dan X4 Konsep Diri serta variabel Y Keputusan Memilih Asuransi.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR

A. Kajian Teori

1. Motivasi

a. Pengertian Motivasi

Kata “motivasi” berasal dari bahasa latin, *motive* yang berarti dorongan, daya penggerak atau kekuatan yang terdapat dalam diri organisasi yang menyebabkan organisasi bertindak atau berbuat. Kata ini diserap dalam bahasa inggris, yaitu *motivation* yang berarti pemberian motif, penimbulan motif, atau hal yang menimbulkan dorongan atau keadaan yang menimbulkan dorongan.¹⁴ Sehingga motivasi adalah kondisi penggerak konsumen agar mampu mencapai tujuan motifnya. Dengan adanya motivasi pada diri seseorang akan menunjukkan suatu perilaku yang diarahkan pada suatu tujuan untuk mencapai sasaran kepuasan.¹⁵

b. Indikator Motivasi

Motivasi secara operasional diukur dengan menggunakan 3 (tiga) indikator yang diadopsi dan disesuaikan dari Schiffman dan Kanuk, yaitu:

¹⁴Vinna Sri Yuniarti, ..., h. 80

¹⁵Sumiati, *Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen, dan Brand Image Pada Keputusan Pembelian Komputer Tablet Apple Ipad Pada Emax Apple Store Surabaya* (Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya), Vol. 1 No. 2, September 2014

- 1) Kebutuhan terhadap produk.
- 2) Kebutuhan mencari kenyamanan dari produk.
- 3) Kebutuhan mencari kepuasan dari produk.

2. Sikap Konsumen

a. Pengertian Sikap Konsumen

Sikap konsumen merupakan kecenderungan yang dipelajari untuk berperilaku dengan cara yang tetap menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu objek tertentu (misalnya, suatu kategori produk, jasa, iklan, situs web, atau toko ritel).¹⁶ Sikap adalah pernyataan atau penilaian evaluatif berkaitan dengan objek, orang atau suatu peristiwa. Sikap adalah evaluasi umum yang dibuat manusia terhadap dirinya sendiri, orang lain, objek, atau isu.

b. Indikator Sikap Konsumen

Menurut Robbins Sikap Konsumen secara operasional diukur dengan menggunakan 3 (tiga) indikator yang dikembangkan, yaitu:¹⁷

- 1) Kesesuaian produk dengan harapan.
- 2) Rasa suka terhadap desain produk.
- 3) Rasa suka terhadap warna produk.

¹⁶Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung : Pustaka Setia, 2015), h. 148

¹⁷Sumiati, *Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen, dan Brand Image Pada Keputusan Pembelian Komputer Tablet Apple Ipad Pada Emax Apple Store Surabaya*, Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Vol. 1 No. 2, September 2014

3. Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Menurut Kothler gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya.¹⁸ Gaya hidup menurut Sunarto dalam Silvy menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Dimensi gaya hidup merupakan pengklasifikasian konsumen berdasarkan *AIO activities* (aktivitas), *interest* (minat) dan *opinion* (opini). Sedangkan menurut Sumarwan dalam Sari Listyorini menjelaskan bahwa: “Gaya hidup seringkali digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (*activities, interest, and opinion*). Dan lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana mereka hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya”.

Maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan bagaimana perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup konsumen dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh 14 berubahnya kebutuhan. Pada

¹⁸Melissa Paendong, Maria V. J. Tielung, *Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Di Galeri Smartfren Cabang Manado*, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi, Manado, Indonesia, Vol. 16 N0. 4, 2016

umumnya kebutuhan tetap seumur hidup, setelah sebelumnya dibentuk semasa kecil. Perubahan itu terjadi karena nilai-nilai yang dianut konsumen dapat berubah akibat pengaruh lingkungan. Konsumen cenderung mencari dan mengevaluasi alternatif yang ada dengan atribut produk yang menjanjikan pemenuhan kebutuhan gaya hidup yang dianutnya.

b. Faktor-Faktor Gaya Hidup

Menurut Kasali dalam Silvy L Mandey mengemukakan bahwa faktor-faktor gaya hidup dari para peneliti pasar yang menganut pendekatan gaya hidup cenderung mengklasifikasikan konsumen berdasarkan variabel-variabel aktivitas, *interest* (minat), dan opini pandangan-pandangan. Josep Plumer misalnya mengatakan bahwa segmentasi gaya hidup mengukur aktivitas-aktivitas manusia dalam hal : 1. Bagaimana mereka menghabiskan waktunya, 2. Minat mereka, apa yang dianggap penting disekitarnya, 3. Pandangan-pandangan baik terhadap diri sendiri maupun terhadap orang lain, 4. Karakter-karakter dasar seperti tahap yang mereka telah lalui dalam kehidupan, penghasilan, pendidikan dan dimana mereka tinggal.

c. Indikator-Indikator Gaya Hidup

Menurut Sunarto dalam Silvy indikator gaya hidup diantaranya :

- 1) *Activities* (kegiatan) adalah mengungkapkan apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini

biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.

2) *Interest* (minat) mengemukakan apa minat, kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut.

3) *Opinion* (opini) adalah berkisar sekitar pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal atau ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan pertimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

4. Konsep Diri

a. Pengertian Konsep Diri

Konsep diri dalam penelitian Fadli et al. mengemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif signifikan dan kuat antara variabel konsep diri terhadap keputusan pembelian. Menurut Thomas konsep diri aktual, konsep diri ideal, konsep diri sosial aktual dan konsep diri sosial ideal semuanya memiliki hubungan yang positif dalam keputusan pembelian properti perumahan.¹⁹

Konsep diri (*Self*) adalah salah satu aspek sekaligus inti kepribadian seseorang, yang di dalamnya meliputi segala kepercayaan,

¹⁹Aditya Primarianto, Lilik Noor Yuliati, dan M. Joko affandi, *Pengaruh Motivasi, Marketing Mix Dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Baru Di Perumahan Bukit Cimanggu City Bogor*, Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor Gedung GMSK Lantai 2, Kampus IPB Dramaga Bogor, Vol. 4 No. 3, 2018

sikap, perasaan, dan cita-cita. Konsep diri terbagi dalam dua bagian, yaitu: *self* sebagai objek yang dapat diamati, dan *self* sebagai agen yang melakukan pengamatan, menggambarkan, atau pelaku yang mengamati atau merasakan. *Self* merupakan eksekutif kepribadian untuk mengontrol tindakan dengan mengikuti prinsip kenyataan atau rasional, untuk membedakan antara hal-hal terdapat dalam batin seseorang dengan hal-hal yang terdapat dalam dunia luar. *Self* hanya bisa dimengerti melalui interaksi dengan lingkungan. *Self* dibangun berdasarkan pandangan orang yang bersangkutan dan pandangan orang lain.

Unsur *self* terdiri dari tiga hal, yaitu: *perceived self* (bagaimana seseorang atau prang lain melihat tentang dirinya), *real self* (bagaimana kenyataan tentang dirinya), dan *ideal self* (apa yang dicita-citakan tentang dirinya).²⁰ Menurut Hurlock menyatakan konsep diri adalah pandangan individu mengenai dirinya. Konsep diri tersebut terdiri dari dua komponen, yaitu konsep diri sebenarnya dan konsep diri ideal. Konsep diri sebenarnya adalah gambaran mengenai diri, sedangkan konsep diri ideal adalah gambaran individu mengenai kepribadian yang diinginkannya. terdapat dua aspek konsep diri, yaitu :

- 1) Fisik. Aspek fisik meliputi sejumlah konsep yang dimiliki individu mengenai penampilan, kesesuaian dengan jenis kelamin, arti penting tubuh, dan gengsi yang diciptakan tubuhnya dihadapan individu lain.

²⁰ Mahmud, Psikologi Pendidikan, CV Pustaka Setia, Bandung, 2010, hlm. 365

- 2) Psikologis. Aspek psikologis meliputi penilaian individu terhadap keadaan psikis dirinya, seperti rasa percaya diri, harga diri, serta kemampuan dan ketidakmampuannya.

b. Indikator Konsep Diri

Terdapat indikator-indikator dalam konsep diri, yaitu :

- 1) *Perceptual* (fisik) : meliputi persepsi tentang fisik yang dimiliki dan kesan yang diperoleh dari orang lain mengenai penampilan.
- 2) *Conceptual* (psikis) : meliputi karakteristik diri yang khas, konsep tentang kemampuan dan ketidakmampuan serta kesan tentang latar belakang.
- 3) *Attitude* (sikap) : meliputi sikap tentang status pada saat ini dan sikap terhadap masa depan, perasaan bangga atau malu terhadap dirinya.

5. Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan

Menurut Swastha dan Irawan, yaitu :

Keputusan pembelian adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga pengambil keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah melakukan pembelian.

Untuk dapat memperoleh baju yang berkualitas dengan harga yang murah, maka diperlukan beberapa faktor agar konsumen tersebut tertarik untuk memutuskan pembelian ialah kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi kecil, keluarga, pengalaman, kepribadian, sikap dan

kepercayaan, dan konsep diri.²¹ Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen melalui beberapa tahap yaitu:²²

- 1) Tahap pengenalan kebutuhan, yaitu perbedaan yang dirasakan antara status hubunganyang ideal dan yang sebenarnya.
- 2) Tahap pencarian informasi, yaitu mencari informasi yang relevan dari lingkungan luar untuk memecahkan masalah, atau mengaktifkan pengetahuan dari ingatan.
- 3) Tahap evaluasi alternatif, mengevaluasi atau menilai alternative yang ada dalam konteks kepercayaan utama tentang konsekuensi yang relevan dan mengombinasikan pengetahuan tersebut untuk membuat keputusan.
- 4) Keputusan pembelian, yaitu membeli alternatif yang dipilih.
- 5) Tahap perilaku setelah pembelian, yaitu menggunakan alternatif yang dipilih dan mengevaluasinya sekali lagi berdasarkan kinerja yang dihasilkan.

b. Indikator Keputusan

Keputusan Pembelian secara operasional diukur dengan menggunakan 5 (lima) indikator yang dikembangkan oleh Kotler dan Keller, yaitu:²³

²¹Feri Aditia dan Suhaji, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Baju "MINT" Di Counter Java Mall Semarang* (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala)

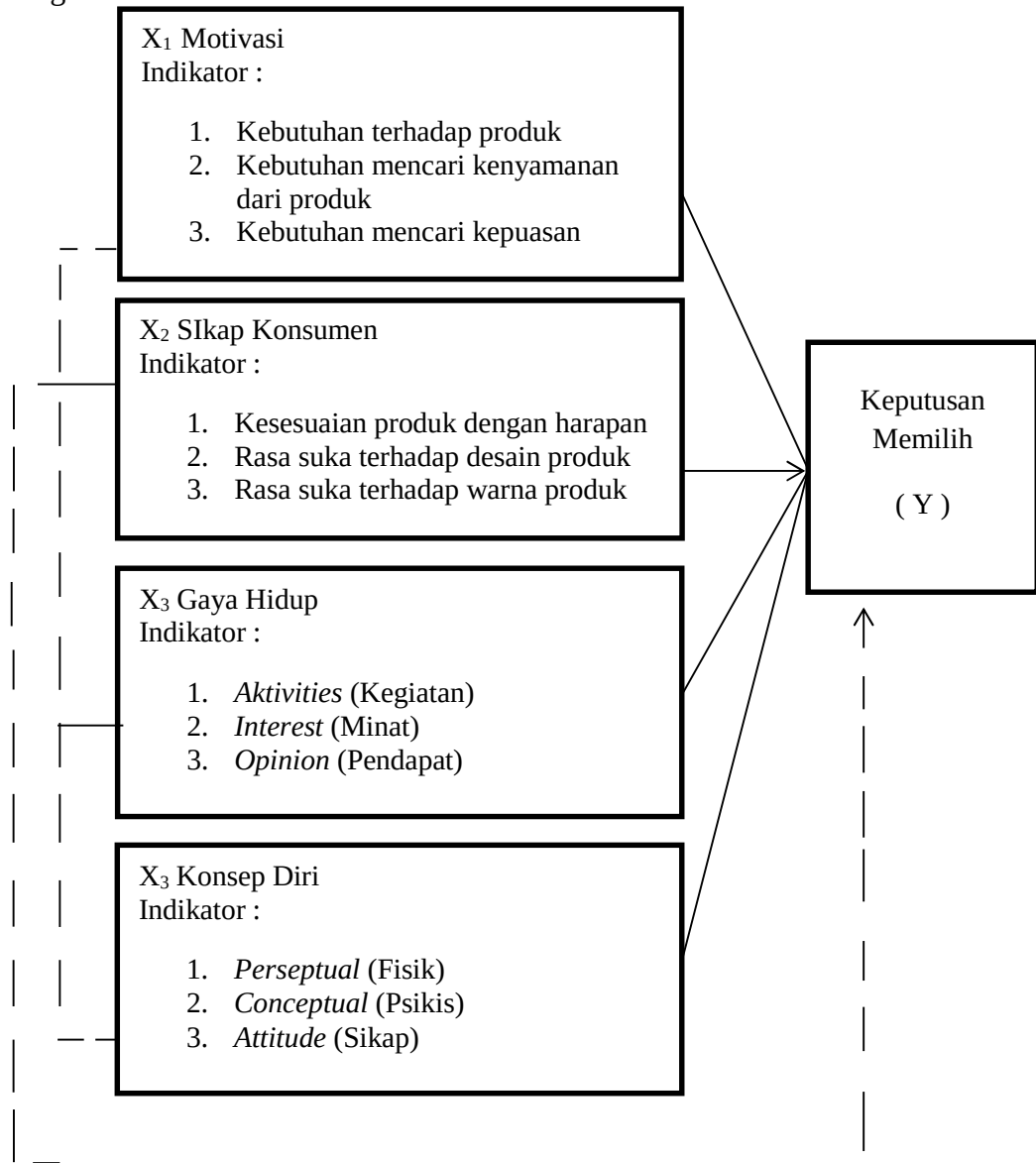
²²Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008, h.345

²³Sumiati, *Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen, dan Brand Image Pada Keputusan Pembelian Komputer Tablet Apple Ipad Pada Emax Apple Store Surabaya*, Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2014

- 1) Pengenalan kebutuhan
- 2) Pencarian informasi produk
- 3) Evaluasi terhadap produk
- 4) Prioritas pembelian pada produk tertentu
- 5) Perilaku setelah pembelian

B. Kerangka Berfikir

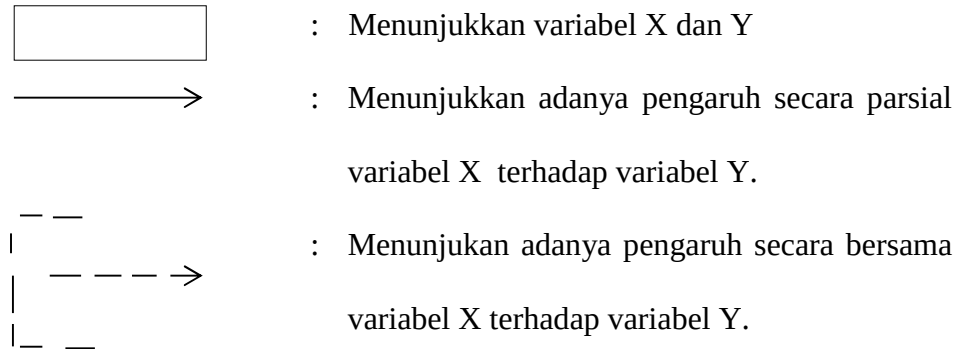
Kerangka berpikir yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1
Pengaruh Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu

Kerangka berpikir di atas menunjukkan hubungan variabel-variabel independen terhadap dependen dalam penelitian ini, baik secara parsial

maupun simultan. Adapun keterangan pada gambar adalah sebagai berikut:



C. Hipotesis

Hipotesis yang dapat penulis ambil dari uraian di atas adalah :

- H1 : Motivasi berpengaruh terhadap keputusan memilih Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu pada produk Fulnadi.
- H2 : Sikap Konsumen berpengaruh terhadap keputusan memilih Asuransi Takaful Bengkulu pada produk Fulnadi.
- H3 : Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan memilih Asuransi Takaful Bengkulu pada produk Fulnadi.
- H4 : Konsep Diri berpengaruh terhadap keputusan memilih Asuransi Takaful Bengkulu pada produk Fulnadi.
- H5 : Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya Hidup, dan Konsep Diri secara simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu pada produk Fulnadi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini lapangan dengan pendekatan kuantitatif asosiatif. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh citra merek, motivasi dan sikap konsumen terhadap keputusan memilih Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu (Studi Produk Fulnadi Ditahun 2017). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang menekan pada fenomena objektif .

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2021 sampai dengan bulan September 2021.

2. Lokasi Penelitian

Peneliti mengambil tempat penelitian di Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu yang berlokasi di Ruko Kampus UNHAZ Jl. Ahmad Yani Kota Bengkulu.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah pada Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu selama tahun 2017 yaitu sebanyak 88 nasabah.

2. Sampel

Menurut Sugiyono Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sedangkan teknik pengambilan sampel disebut dengan sampling. Menurut Sugiyono, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *total sampling*. *Total sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi.²⁴ Alasan mengambil *total sampling* karena jumlah populasi yang kurang dari 100. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 88 nasabah.

D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Data Primer

Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada para nasabah tentang motivasi, sikap konsumen, gaya hidup dan konsep diri terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu (Studi Kasus Produk Fulnadi Tahun 2017).

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari literatur dokumen, data-data nasabah yang didapat dari Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu, serta buku-buku, jurnal dan referensi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

²⁴Sugiyono, *Metode Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 82

2. Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara, yaitu metode pengumpulan informasi dengan cara bertanya langsung kepada pegawai di Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu tentang berapa banyak nasabah yang bergabung serta menggunakan produk.
- b. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi daftar pertanyaan kepada responden sebagai objek penelitian. Hal ini dilakukan untuk memperoleh data tentang pengaruh motivasi, sikap konsumen, gaya hidup dan konsep diri dalam keputusan memilih Asuransi Fulnadi keluarga Bengkulu.

E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Motivasi (X1) adalah suatu keadaan dalam pribadi yang mendorong keinginan individu untuk melakukan keinginan tertentu guna mencapai tujuan, indikatornya adalah :
 - a. Kebutuhan terhadap produk
 - b. Kebutuhan mencari kenyamanan dari produk
 - c. Kebutuhan mencari kepuasan dari produk.
2. Sikap Konsumen (X2) adalah tingkah laku yang menunjukkan apakah konsumen menyukai suatu produk atau tidak, indikatornya adalah :
 - a. Kesesuaian produk dengan harapan
 - b. Rasa suka terhadap desain produk
 - c. Rasa suka terhadap warna produk

3. Gaya Hidup (X3) adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

Indikatornya adalah :

- a. *Aktivities* (kegiatan)
- b. *Interest* (minat)
- c. *Opinion* (opini)

4. Konsep Diri (X4) adalah pandangan individu mengenai dirinya.

Indikatornya adalah :

- a. *Perceptual* (fisik)
- b. *Conceptual* (psikis)
- c. *Attitude* (sikap)

5. Keputusan Pembelian (Y) adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi *alternative* sehingga pengambil keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah melakukan pembelian, indikatornya adalah :

- a. Pengenalan kebutuhan
- b. Pencarian informasi produk,
- c. Evaluasi terhadap produk,
- d. Prioritas pembelian pada produk tertentu.
- e. Perilaku setelah pembelian

F. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup dan kuisisioner online.

2. Dokumentasi

Penggunaan teknik dokumentasi yaitu pengumpulan data dengan melihat dokumen yang berkaitan denganc atatan-catatan tentang data jumlah nasabah.

G. Teknik Analisi Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas Data

Dalam suatu instrument dikatakan valid jika butir-butir pertanyaan atau pernyataan pada suatu instrument tersebut mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh instrument ersebut.²⁵ Uji v aliditas dilakukan untuk menguji kevalitan dan kuesioner.Teknik statistik yang digunakan untuk menguji kevalidan dan data pada penelitian ini menggunakan *pearson correlation*, data di katakan valid jika nilai signifikan $< 0,05$.²⁶ Atau bias juga dengan melihat criteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig $< 0,05$, atau r hitung $> r$ tabel, maka variabel dikatakan valid.

²⁵Kasmadi,*Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, (Bandung:Alfabeta,2014), h.87

²⁶Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis multivariate Dengan program SPSS*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2005), h. 53

- 2) Jika nilai $\text{sig} > 0,05$, atau $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka variabel dikatakan tidak valid.²⁷

Adapun cara yang digunakan pada uji validitas ini menggunakan pearson correlation, dimana dikatakan valid jika nilai signifikansi $< 0,05$.²⁸ Atau dengan melihat r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk jumlah 88 orang ($N=88$) dengan $\alpha 0,05$ ($\alpha = 5\%$), maka didapatnya r_{tabel} sebesar 0,235. Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$) dan nilai r positif, maka butir pernyataan tersebut dapat dikatakan valid, dan sebaliknya apabila ($r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$) maka pernyataan tersebut tidak valid.

b. Uji Realibilitas Data

Uji realibilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya (diandalkan). Realibilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama, dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran teknik *Cronbach Alpha*, dimana alat ukur dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,50$.²⁹ Suatu instrumen di katakan reliable apabila jawaban seseorang responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menguji realibitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dimana dikatakan reliable jika *Alpha Cronbach* $> 0,50$.

²⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 24

²⁸Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), h. 53

²⁹Singgih Santoso, *Panduan Lengkap menguasai SPSS 16*, (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2008), h. 78

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas Data

Model regresi yang baik adalah data yang terdistribusi normal artinya data tersebut didapatkan dari beberapa sampel yang berasal dari populasi yang sama metode yang digunakan adalah dengan uji *Skewnes* dengan kriteria kenormalan jika hasil tidak melebihi angka 2, maka bisa dikatakan distribusi data adalah normal.³⁰ Pengujian normalitas data dengan tujuan melihat apakah suatu data terdistribusi secara normal atau tidak secara statistik. Uji normalitas data yang digunakan dalam bentuk penelitian ini adalah menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test*. Dan dikatakan terdistribusi normal apabila nilai signifikan dari pengujian *Kolmogorov-Smirnov Test* $> 0,05$ (5%).

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak untuk menguji sampel sama atau tidak menggunakan *Levene Homogeneity of Variance* dengan pedoman sebagai berikut:³¹

- 1) Signifkasi uji (α) = 0,05
- 2) Jika $\text{sig} > \alpha$, maka variansi setiap sampel sama (homogen)
- 3) Jika $\text{Sig} < (\alpha)$ maka variansi setiap sampel tidak sama (tidak homogen)

³⁰Singgih Santoso, *Panduan Lengkap Menguasai SPSS 16*, (Jakarta: PT. Alex Media Koputindo, 2008), h. 168

³¹Mika Agus Widiyanto, *Statistika Terapan dan Aplikasi SPSS*, (Jakarta: PT. Alex Media Koputindo, 2013), h. 178

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel indenpenden yang memilki kemiripan antar variabel indenpenden dalam suatu model. Kemiripan antar variabel indenpenden akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel indenpenden terhadap variabel dependen.³² Dalam penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai *Variance inflation Factor* (VIF). Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai VIF lebih dari 10 maka hal ini menunjukkan adanya multikolinieritas.³³

4. Uji Hipotesis

a. Model Regresi Linear Berganda

Adapun model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e_i^{34}$$

Di mana :

Y = Variabel dependen (Keputusan Memilih)

X = Variabel indenpenden :

³²V.Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h.185

³³Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.32

³⁴Moch.DoddyAriefianto, *EKONOMETRIKA Esensi dan Aplikasi dengan Menggunakan EVIEWS*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2012), h.17

$X_1 = \text{Motivasi}$

$X_2 = \text{Sikap Konsumen}$

$X_3 = \text{Gaya Hidup}$

$X_4 = \text{Konsep Diri}$

$\beta_0 = \text{Konstanta/intersep persamaan regresi populasi}$

$\beta_1 = \text{Koefisien regresi } X_1 \text{ pada persamaan regresi populasi}$

$\beta_2 = \text{Koefisien regresi } X_2 \text{ pada persamaan regresi populasi}$

$\beta_3 = \text{koefisien regresi } X_3 \text{ pada persamaan regresi populasi}$

$\beta_4 = \text{koefisien regresi } X_4 \text{ pada persamaan regresi populasi}$

$e_i = \text{random eror}$

b. Uji t

Uji ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh secara parsial antara variabel x terhadap variabel y dengan mengasumsikan bahwa variabel x lain dianggap konstan.

- 1) Apabila tingkat signifikansi $< \alpha$ (0,05), maka variabel x secara individual berpengaruh terhadap variabel y.
- 2) Apabila tingkat signifikansi $> \alpha$ (0,05), maka variabel x secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel y.³⁵

³⁵Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2013), h. 56

c. Uji F

Bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel x yang dimasukkan kedalam model secara simultan/bersama-sama mempunyai Pengaruh terhadap variabel y .

- 1) Apabila tingkat signifikansi $< \alpha$ (0,05), maka semua variabel x secara simultan berpengaruh terhadap variabel y .
- 2) Apabila tingkat signifikansi $> \alpha$ (0,05), maka semua variabel x secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel y .³⁶

5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan *Adjusted R Square* (R^2) yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel x dalam mempengaruhi variabel y .³⁷

Tabel 3.3
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi

No	Profesi atau Internal Koefisien	Keterangan
1	0% - 19,99%	Sangat Rendah
2	20% - 39,99 %	Rendah
3	40% - 59,99%	Sedang
4	60% - 79,99%	Kuat
5	80% - 100%	Sangat Kuat

Sumber : Muhammad Firdaus³⁸

³⁶Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif, Teori Dan Aplikasi untuk bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan, 2011), h. 105-106

³⁷Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif, Teori Dan Aplikasi untuk bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan, 2011), h. 108

³⁸Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), h.160-161

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Perkembangan industri Asuransi syariah di Indonesia dipelopori oleh PT Asuransi Takaful Indonesia yang berdiri pada tahun 1994. Saat itu, PT Syarikat Takaful Indonesia (STI) berdiri pada 24 Februari 1994 yang dimotori oleh Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) melalui Yayasan Abdi Bangsa, Bank Muamalat Indonesia, PT Asuransi Jiwa Tugu Mandiri, Departemen Keuangan RI, Serta beberapa pengusaha Muslim Indonesia dengan bantuan teknis dari Syarikat Takaful Malaysia Bhd.³⁹

(STMB) sebagai bukti perwujudan nyata dari sebuah komitmen dan kepedulian yang tulus terhadap perkembangan perekonomian berbasis syariah di Indonesia yang ditujukan untuk kemakmuran yang adil bagi masyarakat Indonesia secara keseluruhan. Selanjutnya, STI mendirikan dua anak perusahaan. Mereka adalah Perusahaan Asuransi Jiwa Syariah bernama PT Asuransi Takaful Keluarga (ATK) pada 4 Agustus 1994 kemudian diresmikan oleh Menteri Keuangan saat itu, Mar'ie Muhammad dan mulai beroperasi sejak 25 Agustus 1994 dan perusahaan Asuransi Kerugian Syariah bernama PT Asuransi Takaful Umum (ATU) pada 2 Juni 1995 diresmikan oleh Menristek/ Ketua BPPT Prof. Dr. B.J. Habibie selaku Ketua sekaligus pendiri ICMI dan mulai beroperasi pada 2 Juni

³⁹ Mustafa Edwin Nasution, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2016), h. 297

1995. Sejak saat itu Takaful Keluarga dan Takaful Umum mengembangkan kepeloporan dalam industri Asuransi syariah dan menjadi yang terdepan di bidangnya.

Setelah Asuransi Takaful dibuka, berbagai perusahaan Asuransi pun menyadari cukup besarnya potensi bisnis Asuransi syariah di Indonesia. Kelahiran Takaful Indonesia sebagai holding company PT Asuransi Takaful keluarga dan PT Asuransi Takaful Umum Asuransi Jiwa dan Umum Syariah pertama di Indonesia merupakan hasil dari komitmen dan kepedulian berbagai elemen bangsa yang tergabung dalam TIM Pembentukan Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI) untuk mewujudkan tercapainya kemajuan pembangunan ekonomi syariah di bumi Nusantara. Hal tersebut kemudian mendorong berbagai perusahaan ramai-ramai masuk bisnis Asuransi syariah, diantaranya dilakukan dengan langsung mendirikan perusahaan Asuransi syariah penuh maupun membuka divisi atau cabang Asuransi syariah.

Kiprah Takaful Indonesia dalam perekonomian bangsa melalui Asuransi berbasis Syariah, telah menarik minat investor dalam dan luar negeri. Pada tahun 1997, Syarikat Takaful Malaysia Bhd. (STMB) menempatkan modalnya di perusahaan untuk menjadi salah satu pemegang saham. STMB kemudian meningkatkan jumlah penyertaan modalnya sehingga mencapai jumlah yang cukup signifikan pada tahun 2004. Minat Syarikat Takaful Malaysia Bhd. (STMB) sebagai investor

terus berlanjut melalui penyertaan modal langsung di Takaful Keluarga pada tahun 2009.

Islamic Development Bank (IDB) juga memperkuat struktur modal perusahaan pada tahun 2004. Investor dalam negeri juga menunjukkan minat yang kuat untuk ikut menumbuhkan kembangkan Takaful Indonesia. Pada tahun 2000 Permodalan Nasional Madani Persero (PNM) turut memperkuat struktur modal perusahaan. Di tahun 2004, perusahaan melakukan restrukturisasi yang berhasil menyatukan fungsi pemasaran Asuransi Takaful Keluarga dan Asuransi Takaful Umum sehingga lebih efisien serta lebih efektif dalam penetrasi pasar, juga diikuti dengan peresmian kantor pusat di Mampang Prapatan Jakarta.

Pada tahun yang sama Takaful keluarga berhasil meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasionalnya yang berdampak pada peningkatan kinerja keuangan dari tahun ke tahun, oleh karena itu PT. Takaful Keluarga telah memperoleh sertifikasi ISO 9001 : 2000 dari *Net Norske Veritas* (DNV), Belanda pada tahun 2004. Selain itu, atas upaya keras seluruh jajaran perusahaan. Asuransi Takaful Keluarga meraih MUI Award sebagai Asuransi syariah Terbaik di Indonesia. Di internal organisasi, PT. Asuransi Takaful Keluarga melakukan standarisasi untuk meningkatkan dan menjaga konsistensi mutu layanan dan kinerja perusahaan melalui penerapan ISO 9001 : 2008, yang merupakan standar internasional terbaru untuk sistem manajemen mutu (*Quality Management System*).

Kemajuan PT. Asuransi Takaful Keluarga lainnya pada bidang asuransi syariah terbukti dengan didapatnya penghargaan dari Lembaga-Lembaga terpercaya. Pada tahun 2015 diperkirakan bahwa potensi penerimaan premi syariah di Indonesia akan mencapai US\$ 1,20 miliar. Pencapaian posisi ini menempatkan pada posisi terbesar kedua setelah Malaysia yang diperkirakan oleh penelitian Institute of Islamic Banking and Insurance di London sebesar US\$ 1,22 miliar. Tetapi jika dibandingkan dengan Asuransi konvensional jumlah premi ini sangatlah kecil. Kini seiring dengan perkembangan bisnis syariah yang semakin maju, Asuransi Takaful Keluarga berkomitmen untuk terus memberikan layanan terbaik bagi seluruh lapisan masyarakat sehingga mampu berperan dalam menguatkan simpul-simpul pembangunan ekonomi masa depan Indonesia yang gemilang. Dengan terus berjalan dan berkembang Asuransi syariah maka dalam rangka memperluas jaringan ke daerah-daerah lain PT. Asuransi yang berpusat di Jakarta mendirikan kantor cabang Asuransi di daerah-daerah.

Salah satu cabang adalah Bengkulu yang didirikan pada bulan Mei 2005, diresmikan oleh KH. Didin Hafidudin sebagai Dewan Pengawas Syariah Takaful dan Hidayat Nurwahid yang kala itu masih menjabat sebagai ketua MPR RI di Hotel Horizon. Dimana pelopor pertama kali adalah Ardandi. Pertama kantor berada di Jl. S Parman sebelah Bank Muamalat Indonesia yang sekarang menjadi kantor BSM, kemudian Takaful Keluarga berpindah di Jl. Kapuas Lingkar Barat dan sekarang

berpindah di Jl. Ahmad Yani, ruko kampus Unihaz No. 04, kota Bengkulu.⁴⁰

Takaful memiliki berbagai macam produk yang ditawarkan kepada nasabahnya, anantara lain sebagai berikut:

1. Fulnadi

Takaful dana pendidikan (Fulnadi) merupakan program Asuransi dan tabungan yang menyediakan pola penarikan yang disesuaikan dengan kebutuhan dana terkait biaya pendidikan anak (Penerima Hibah) serta memberikan manfaat berupa santunan kepada ahli waris apabila peserta mengalami meninggal dunia atau cacat.⁴¹ Fulnadi diprogram untuk membantu setiap orang tua dalam merencanakan pendidikan buah hatinya. Menyediakan dana pendidikan dari taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi memberikan perlindungan optimal dengan menjamin sang buah hati dapat terus melanjutkan pendidikan tanpa perlu khawatir musibah datang menghampiri. Manfaat fulnadi ialah sebagai berikut :

a. Murni syari'ah

Fulnadi dikelola sesuai prinsip syari'ah memberi kesempatan untuk saling menolong dari berbagai kebahagiaan dengan sesama peserta (*tabarru*) sehingga Insha Allah menambah berkah.

⁴⁰ Arif Sudibyo, Kepala Cabang Asuransi Takaful Keluarga di Bengkulu, wawancara pada tanggal 7 Agustus 2019

⁴¹Brosur Produk Fulnadi Asuransi Takaful cabang Bengkulu Tahun 2019

b. Perlindungan Menyeluruh

Menyediakan berbagai mamfaat perlindungan orang tua ketika musibah terjadi seperti pembebasan kotribusi dan pemberian santunan.

c. Santunan Duka

Peserta akan mendapatkan santunan duka dan saldo dana tabungan jika Penerima Hibah (anak) Mengalami musibah meninggal dunia dalam periode akad.

d. Proteksi hingga Perguruan Tinggi

Memastikan buah hati anda darat menerapuh bangku pendidikan hingga perguruan tinggi tanpa khawatir dengan kemungkinan musibah di masa mendatang.

e. Dana Pendidikan Terjadwal

Mempersiapkan dan menyediakan dana pendidikan ketika hati anda memasuki jenjang pendidikan TK, SD, SMP, SMA. hingga perguruan tinggi.

f. Uang Saku

Menyiapkan uang saku selama 5 tahun buah hati anda menjalani studi Perguruan Tinggi.

g. Biaya Kompetitif

Biaya polis hanya Rp. 25.000,- biaya bulanan Rp. 15.000,- (mulai tahun kedua); biaya Free Look Rp 100.000,- (Jika melakukan Free Look); serta biaya administrasi klaim hanya 1 % dari nilai klaim (maksimum Rp. 50.000,-).

Pembayaran kontribusi dapat dilakukan sesuai keinginan wulanan nasabah baik bulanan (minimum Rp 200.000) triwulanan (minimum Rp. 500.000.-), semesteran (minimum Rp 1.000.000.-), tahunan (minimum Rp. 2.000.000.-), atau sekaligus (minimum Rp. 10.000.000).

2. Takafulink Salam

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. Sejak mengawali perlindungan, Takafulink Salam memberikan nilai investasi positif sejak tahun pertama dan selanjutnya meningkatkan dari tahun ke tahun.⁴² Manfaat Takafulink Salam :

a. Murni Syariah

Takafulink Salam dikelola sesuai prinsip Syariah memberikan kesempatan untuk saling menolong dari berbagai kebahagiaan dengan sesama peserta (*tabarru*) sehingga insya allah menambah berkah.

b. Perlindungan maksimal

Memberikan manfaat perlindungan jiwa hingga usia 70 tahun. Menyediakan asuransi tambahan (*rider*) yang bebas dipilih berupa: perlindungan terhadap 49 jenis penyakit kritis, kecelakaan diri cacat

⁴²Brosur Produk Takafulink Salam Asuransi Takaful cabang Bengkulu Tahun 2019

tetap total akibat tunai harian untuk rawat inap. penyakit atau kecelakaan, serta manfaat tunai harian untuk rawat inap.

c. Pembebasan Kontribusi

Memberikan manfaat bebas kontribusi bagi pemegang polis apabila terjadi musibah meninggal dunia (*payor term*), cacat tetap total akibat penyakit dan kecelakaan (*payor TPD*), serta apabila pemegang polis terdiagnosa terkena penyakit kritis.

d. Keleluasaan Berinvestasi

Nasabah dapat memilih model investasi sesuai dengan profil nasabah. Takafuling Salam menawarkan empat jenis investasi yang dapat dikombinasikan sesuai dengan ketentuan nasabah.

e. Kemudahan Berasuransi

Berbagai kemudahan dalam berasuransi akan nasabah dapatkan seperti cuti premi (*premium holiday*) setelah tahun ke-5, laporan berkala terkait laporan investasi nasabah serta penarikan dan pengalihan dana kapan saja.

f. Penghitungan Zakat Maal

Insyallah investasi nasabah akan aman dan karenakan diperhitungkan terhadap zakat maal nasabah tersebut.

g. Biaya Kompetitif

Gratis biaya administrasi selama 12 bulan pertama. Biaya administrasi sebesar Rp 25.000,- per bulan, dipotong dari unit nilai

investasi mulai tahun ke 2, tidak ada biaya penarikan. Biaya *Free Look*, pengalihan dan penarikan hanya akan dikenakan jika nasabah melakukan transaksi.

h. Pembiayaan Fleksibel

Kontribusi yang berjangkau dapat dibayar secara tahunan, semesteran, triwulan, bulanan, atau sekaligus, dan *Top Up Unregular* untuk meningkatkan dana investasi nasabah itu sendiri.

3. Takafulink Salam Cendikia

Takafulink Salam Cendikia memberikan perlindungan jiwa dan kesehatan menyeluruh serta merancang untuk memudahkan nasabah merencanakan kebutuhan pembiayaan pendidikan buah hati mulai dari Taman Kanak-kanak sehingga Perguruan Tinggi melalui program investasi. Takafulink Salam melindungi upaya buah hatinasabah dalam meraih cita-cita supaya tidak terbentur oleh persoalan biaya dikemudian hari.⁴³

Takafulink Salam Cendikia menawarkan tiga jenis investasi yang dapat dikombinasikan sesuai dengan kebutuhan anda yaitu, istiqomah (rasar uang dan sukuk), Mizam (*Balanced*), serta Ahsan (*Balanced Agressive*). Dengan perencanaan yang fleksibel, Takafulink Salam Cendikia menawarkan kemudian kemudian berinvestasi untuk lebih optimal demi buah hati anda dalam meraih cita-cita.

⁴³Brosur Produk Takafulink SalamCendikia Asuransi Takaful cabang Bengkulu Tahun 2021

Manfaat takafulink Salam Cendekia :

a. Murni Syariah

Takafuling Salam Cendekia dikelola sesuai prinsip syariah memberi kesempatan untuk saling menolong dari berbagai kebahagiaan dengan sesama peserta (*tabarru*) sehingga insya allah menambah berkah.

b. Perlindungan Maksimum

Memberikan manfaat perlindungan asuransi kepada anak (peserta) sejak usia 30 hari dengan manfaat santunan sesuai kebutuhan. Memberikan manfaat tambahan seperti Asuransi kecelakaan diri dan manfaat tunai harian rawat inap (*cash plan*).

Memberikan manfaat bebas kontribusi bagi pemegang polis apabila terjadi musibah meninggal dunia, cacat tetap total akibat penyakit atau kecelakaan. Memberi manfaat tambahan pembebasan kontribusi apabila pemegang polis terdiagnosa terkena penyakit kritis.

c. Kelulusan Berinvestasi

Nasabah dapat memilih model investasi sesuai dengan profil yang telah disesuaikan. Takafulink Salam Cendekia menawarkan tiga jenis investasi yang dapat di kombinasikan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

d. Dana Pendidikan hingga Perguruan Tinggi

Mempersiapkan dan menyediakan dana pendidikan ketika buah hati nasabah memasuki jenjang pendidikan TK, SD, SMP, SMA hingga Perguruan Tinggi.

e. Uang Saku

Menyiapkan uang saku selama 5 tahun buah hati nasabah menjalani studi diperguruan tinggi.

f. Biaya Kompetitif

Gratis biaya administrasi selama 12 bulan pertama. Biaya administrasi sebesar Rp 25.000,- perbulan, dipotong dari unit nilai investasi mulai tahun ke-2. Tidak ada biaya penarikan.

g. Biaya Fleksibel

Kontribusi yang terjangkau dapat dibayar secara tahunan, semester, triwulan, bulanan atau sekaligus, dan dapat dikombinasikan dengan *Top Up Regular* serta *Top Up Unregular* untuk meningkatkan dana investasi nasabah.

4. Produk al-Khairat

Program takaful Al Khairat adalah suatu program asuransi yang memberikan manfaat berupa pembayaran santunan kepada ahli waris apabila peserta ditakdirkan meninggal dunia dalam masa perjanjian.⁴⁴

a. Manfaat

Bila peserta ditakdirkan meninggal dalam masa perjanjian, maka ahli warisnya akan mendapatkan dana santunan meninggal dari

⁴⁴Brosur Produk Al-Khairat Asuransi Takaful cabang Bengkulu Tahun 2021

asuransi takaful keluarga sesuai dengan jumlah yang direncanakan peserta.

b. Ketentuan

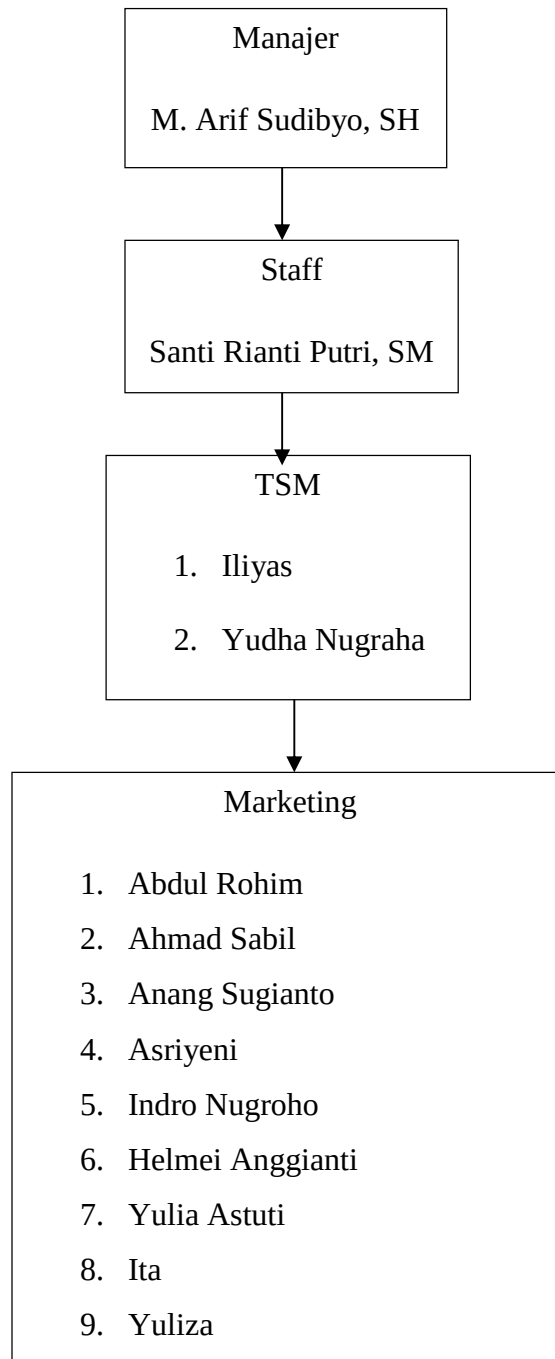
- a) Usia masuk maksimal 55 tahun
- b) Usia masuk + masa perjanjian maksimal 56 tahun
- c) Jumlah peserta minimal 25 orang dan minimal 90 % dari jumlah karyawan atau instansi
- d) Besarnya manfaat takaful dapat disesuaikan dengan permintaan
- e) Minimal premi tiap kumpulan Rp. 500.000,-

Seorang agen asuransi syariah harus memiliki sikap yang tampak dalam perilaku, yaitu:

- 1) Bekerja secara profesional
- 2) Bersikap melayani dan mempermudah
- 3) Berperilaku baik dan bersimpati
- 4) Bersikap adil terhadap semua *stakeholders*
- 5) Bersaing secara sehat
- 6) Mendahulukan sikap saling tolong menolong.

2. Stuktur Organisasi Asuransi Takaful Keluarga Cabang Bengkulu

Struktur Organisasi PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Bengkulu:



Gambar 4.1 Stuktur Organisasi Takaful Keluarga Bengkulu

3. Gambaran Umum Responden

Jenis penelitian dikategorikan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan di kancah atau medan terjadinya gejala. Penelitian ini menggunakan metode korelasi yaitu metode dengan menghubungkan antara variabel yang dipilih dan dijelaskan dan bertujuan untuk meneliti sejauh mana variabel pada suatu faktor berkaitan dengan variabel yang lain.

a. Umur Responden

Adapun data mengenai umur responden nasabah asuransi Takaful produk Fulnadi yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Umur Responden

Umur	Jumlah Responden	Persentase
< 20	8	9,09%
21 – 30	23	26,13%
31 – 40	28	31,81%
41 – 50	18	20,45%
> 50	11	12,5%
Total	88	100%

Berdasarkan data yang di atas dapat diketahui bahwa dari 88 nasabah , sebagian besar 28 responden atau 31,81% berumur 31 – 40 tahun.

b. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden nasabah asuransi takaful keluarga yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
PNS	16	18,18%
Pegawai BUMN	14	15,90%
Pegawai Swasta	24	27,27%
Pengusaha	5	5,68%
Pelajar/Mahasiswa	10	11,36%
Lainnya	19	21,59%
Total	88	100%

Berdasarkan data yang di atas dapat diketahui bahwa dari 88 nasabah asuransi Takaful produk Fulnadi, sebagian besar 24 pekerjaan responden atau 27,27 % adalah pegawai swasta.

B. Hasil Penelitian

1. Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu pertanyaan dalam mendefinisikan suatu

variabel.⁴⁵ Butir-butir dalam suatu pertanyaan dapat dinyatakan valid jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka pertanyaan tersebut valid, dengan melihat kolom *Corrected Item-Total Correlation*.

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel untuk jumlah 88 responden ($N=88$) dengan α 0,05 didapat r tabel sebesar 0,3494. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3
Uji Validitas Motivasi (X_1)

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.461	0.1765	Valid
2	0.758	0.1765	Valid
3	0.548	0.1765	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Tabel 4.4
Uji Validitas Sikap Konsumen (X_2)

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.646	0.1765	Valid
2	0.502	0.1765	Valid
3	0.715	0.1765	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Tabel 4.5
Uji Validitas Gaya Hidup (X_3)

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.532	0.1765	Valid
2	0.612	0.1765	Valid
3	0.595	0.1765	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

⁴⁵ Wiratma Sujarweni, *SPS4S Untuk Paramedis*, (Yogyakarta: Gava Media, 2012), h 172

Tabel 4.6
Uji Validitas Konsep Diri (X₄)

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.575	0.1765	Valid
2	0.612	0.1765	Valid
3	0.743	0.1765	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Tabel 4.7
Uji Validitas Keputusan Memilih (Y)

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.571	0.1765	Valid
2	0.352	0.1765	Valid
3	0.468	0.1765	Valid
4	0.644	0.1765	Valid
5	0.589	0.1765	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, dapat diketahui bahwa nilai r hitung dari ke empat variabel yang telah di uji bernilai positif dan dapat dinyatakan valid.

b. Uji Realibilitas

Pengujian reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik *cronbach alpha*, dengan asumsi nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,5 maka instrumen penelitian tersebut dikatakan *reliabel*. Berikut hasil uji *cronbach alpha* pada penelitian ini:

Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach Alpha
Motivasi	0.070
Sikap Konsumen	0.209
Gaya Hidup	0.055
Konsep Diri	0.295
Keputusan Memilih	0.332

Sumber: Hasil analisis SPSS, 2021

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas di atas diketahui nilai seluruh variabel *Cronbach Alpha* > 0,50, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel dapat dikatakan reliabel atau handal.

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk memperlihatkan data sampel berdasarkan data populasi yang berdistribusi normal atau tidak normal. Kenormalan data dapat dilihat dari residunya. Metode yang digunakan adalah uji kolmogorov-smirnov dengan kriteria taraf signifikansi 0,05. Jika signifikansi lebih besar dari $\text{sig} > \alpha$, maka data berdistribusi normal, sedangkan jika signifikansi lebih kecil dari $\text{sig} > \alpha$, maka data berdistribusi tidak normal.⁴⁶ Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.9
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.11329992
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.049
	Negative	-.048
Kolmogorov-Smirnov Z		.461
Asymp. Sig. (2-tailed)		.984
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Hasil analisis SPSS, 2021

⁴⁶ Getut Pramesti, *Statistika Lengkap Secara Teori dan Aplikasi Dengan SPSS* 23, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016), h. 67

Berdasarkan tabel output SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi *Asymp.Sig. (2-tailed)* sebesar $0,984 > 0,05$. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *kolmogorov smirnov* diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Homogenitas

Pengujian homogenitas menggunakan *levene test* dengan ketentuan jika $\text{sig} > \alpha$, maka variasi setiap sampel sama (*homogen*). Hasil pengujian homogenitas data dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10
Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances			
Total			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
4.631	4	435	.071

Sumber: Hasil analisis SPSS,2021

Berdasarkan tabel diatas hasil uji homogenitas dengan menggunakan *levene test* dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikan (sig) $0,071 > 0,05$ hal ini berarti bahwa seluruh variabel bersifat homogen atau sama.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas yaitu dengan menggunakan *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF).

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.708	1.413
	X2	.789	1.267
	X3	.753	1.327
	X4	.769	1.300

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil analisis SPSS, 2021

Berdasarkan tabel output *Coefficients* pada bagian *Collinearity statistics* diketahui tidak ada nilai *Tolerance* kurang dari 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* kurang dari 10. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen.

4. Uji Hipotesis

a. Model Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan model regresi berganda karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen dengan satu variabel dependen, dan juga untuk mendeskripsikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan, serta untuk mengetahui arah hubungan pengaruh variabel independen terhadap variabel independen terhadap variabel dependen. Seperti yang di tunjukan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	3.625	1.374	
	X1	.232	.120	.172
	X2	.163	.116	.118
	X3	.556	.125	.384
	X4	.370	.101	.311

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil analisis SPSS, 2021

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel diatas, maka dapat dibuat persamaan regresi linear dalam penelitian in sebagai berikut:

$$Y = 3.625 + 0.232X_1 + 0.163X_2 + 0.556X_3 + 0.370X_4 + e$$

1. Nilai konstanta (β_0) sebesar 3.625 bernilai positif artinya jika nilai variabel motivasi, sikap konsumen, gaya hidup dan konsep diri dianggap ada ,maka nilai pendapatan akan semakin naik yaitu 3.625
2. β_1 (koefisien regresi X_1) sebesar 0.232 artinya setiap kenaikan satu variabel motivasi (X_1) alami, maka keputusan memilih (Y) akan naik sebesar 0.232 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
3. β_2 (koefisien regresi X_2) sebesar 0.163 artinya setiap kenaikan satu variabel sikap konsumen (X_2) alami, maka keputusan memilih (Y) akan naik sebesar 0.163 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

4. B3 (koefisien regresi X_3) sebesar 0.556 artinya setiap kenaikan satu variabel gaya hidup (X_3) alami, maka keputusan memilih (Y) akan naik sebesar 0.556 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
5. B4 (koefisien regresi X_4) sebesar 0.370 artinya setiap kenaikan satu variabel konsep diri (X_4) alami, maka keputusan memilih (Y) akan naik sebesar 0.370 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

b. Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah motivasi (X_1), sikap konsumen (X_2), gaya hidup (X_3) dan konsep diri (X_4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih (Y). Hasil pengujian dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.13
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		T	Sig.
1	(Constant)	2.639	.010
	X1	1.931	.057
	X2	1.399	.166
	X3	4.459	.000
	X4	3.654	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil analisis SPSS, 2021

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen apakah

pengaruhnya signifikan atau tidak. Berdasarkan tabel di atas hasil uji t diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Hipotesis Pertama

Berdasarkan hasil regresi yang di lihat dari tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi (sig) adalah 0,057. Berarti nilai signifikansi (sig) $(0,057) < (\alpha) 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_1 yang menyatakan motivasi berpengaruh terhadap keputusan memilih.

2. Hipotesis Kedua

Berdasarkan hasil regresi yang di lihat dari tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi (sig) adalah 0,166 Berarti nilai signifikansi (sig) $(0,166) > (\alpha) 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_2 yang menyatakan sikap konsumen tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih.

3. Hipotesis Ketiga

Berdasarkan hasil regresi yang di lihat dari tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi (sig) adalah 0,000. Berarti nilai signifikansi (sig) $(0,000) < (\alpha) 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_3 yang menyatakan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan memilih.

4. Hipotesis Keempat

Berdasarkan hasil regresi yang di lihat dari tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi (sig) adalah 0,000. Berarti nilai signifikansi (sig) $(0,000) < (\alpha) 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_4 yang menyatakan konsep diri berpengaruh terhadap keputusan memilih.

c. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel motivasi (X_1), sikap konsumen (X_2), gaya hidup (X_3) dan konsep diri (X_4) secara persial berpengaruh terhadap keputusan memilih (Y). Hasil pengujian dapat dilihat sebagai berikut

Tabel 4.14
Hasil Uji F

ANOVA ^b			
Model		F	Sig.
1	Regression	23.997	.000 ^a
	Residual		
	Total		

a. Predictors: (Constant), X_4 , X_3 , X_2 , X_1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil analisis SPSS,2021

Berdasarkan tabel diatas, hasil pengolahan uji stastitik secara simultan maka diperoleh nilai signifikan F sebesar 23.997 dengan tingkat signifikan dibawah 0.05 yang berarti variabel motivasi (X_1), sikap konsumen (X_2), gaya hidup (X_3) dan konsep diri (X_4) secara persial berpengaruh terhadap keputusan memilih (Y). Dan diketahui

nilai F hitung adalah sebesar 4,136. karena nilai F hitung $23.997 > F$ tabel 2,48 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain motivasi (X_1), sikap konsumen (X_2), gaya hidup (X_3) dan konsep diri (X_4) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih (Y).

5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel-variabel independen motivasi (X_1), sikap konsumen (X_2), gaya hidup (X_3) dan konsep diri (X_4) berpengaruh terhadap keputusan memilih (Y). Analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase (%) pengaruh seluruh variabel independen yang digunakan terhadap variabel dependen. Hasil uji R^2 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.14
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.732 ^a	.536	.514	2.164

a. Predictors: (Constant), X_4 , X_3 , X_2 , X_1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil analisis SPSS, 2021

Berdasarkan hasil uji R Square pada table diatas menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,536 atau sama dengan 53,6 %. Hal ini menyatakan bahwa variabel motivasi (X_1), sikap

konsumen (X_2), gaya hidup (X_3) dan konsep diri (X_4) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih (Y) adalah sebesar 53,6% sedangkan 46,4% di pengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak di teliti.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Fulnadi Keluarga

Berdasarkan hasil regresi diketahui nilai signifikansi (sig) adalah 0,057. Berarti nilai signifikansi (sig) ($0,057 < (\alpha) 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa H_1 yang menyatakan motivasi berpengaruh terhadap keputusan memilih.

2. Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Fulnadi Keluarga

Berdasarkan hasil regresi diketahui nilai signifikansi (sig) adalah 0,000 Berarti nilai signifikansi (sig) ($0,166 > (\alpha) 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa H_2 yang menyatakan sikap konsumen tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih.

3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Fulnadi Keluarga

Berdasarkan hasil regresi diketahui nilai signifikansi (sig) adalah 0,000. Berarti nilai signifikansi (sig) ($0,000 < (\alpha) 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa H_3 yang menyatakan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan memilih.

4. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Fulnadi Keluarga

Berdasarkan hasil regresi diketahui nilai signifikansi (sig) adalah 0,000. Berarti nilai signifikansi (sig) $(0,000) < (\alpha) 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_4 yang menyatakan konsep diri berpengaruh terhadap keputusan memilih.

5. Pengaruh Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya Hidup dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Fulnadi Keluarga

Berdasarkan tabel diatas, hasil pengolahan uji stastitik secara simultan maka diperoleh nilai signifikan F sebesar 23.997 dengan tingkat signifikan dibawah 0.05 yang berarti (X_1) , sikap konsumen (X_2) , gaya hidup (X_3) dan konsep diri (X_4) berpengaruh terhadap keputusan memilih (Y) . Dan diketahui nilai F hitung adalah sebesar 4,136. karena nilai F hitung $23.997 > F$ tabel 2,48 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain motivasi (X_1) , sikap konsumen (X_2) , gaya hidup (X_3) dan konsep diri (X_4) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih (Y) .

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh motivasi terhadap keputusan memilih asuransi Fulnadi keluarga, diketahui dari nilai signifikansi (sig) $(0,057) < (\alpha) 0,05$.
2. Terdapat pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan memilih asuransi Fulnadi keluarga, diketahui dari nilai nilai signifikansi (sig) $(0,000) > (\alpha) 0,05$
3. Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan memilih asuransi Fulnadi keluarga, diketahui dari nilai nilai signifikansi (sig) $(0,000) < (\alpha) 0,05$.
4. Terdapat pengaruh konsep diri terhadap keputusan memilih asuransi Fulnadi keluarga, diketahui dari nilai nilai signifikansi (sig) $(0,000) < (\alpha) 0,05$.
5. Terdapat pengaruh berarti (X_1), sikap konsumen (X_2), gaya hidup (X_3) dan konsep diri (X_4) berpengaruh terhadap keputusan memilih (Y). Diketahui dari nilai F hitung adalah sebesar 4,136. karena nilai F hitung $23.997 > F$ tabel 2,48

B. Saran

Dari kesimpulan di atas, maka penulis ingin memberikan beberapa

saran yang mungkin dapat berguna bagi semua pihak yang berkepentingan, beberapa saran tersebut antara lain:

1. Bagi Asuransi Takaful Bengkulu hendaknya lebih meningkatkan kualitas dari segala bidang sehingga mampu menarik minat nasabah dalam memilih asuransi di takaful.
2. Bagi akademik diharapkan menambah literatur kepustakaan yang dapat dijadikan sebagai rujukan bagi mahasiswa untuk melakukan penelitian.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan sampel penelitian dan masukkan variabel lain yang berhubungan dengan hal-hal yang mempengaruhi keputusan memilih.

DAFTAR PUSTAKA

- Asnaini. Pedoman skripsi. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*. Bengkulu: IAIN Bengkulu. 2016.
- Aditya Primarianto, Lilik Noor Yulianti, dan M. Joko affandi, *Pengaruh Motivasi, Marketing Mix Dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Baru Di Perumahan Bukit CimangguCity Bogor*, Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor Gedung GMSK Lantai 2, Kampus IPB Dramaga Bogor, Vol. 4 No. 3, 2018.
- Ana, *Pengaruh Motivasi, Pembelajaran, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Mahasiswi Universitas Sanata Dharma Kampus I, Mrican, Yogyakarta yang Menggunakan Produk POND'S White Beauty UV Protection Cream)*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta :Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. 2010.
- Andri Soemitra. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta : Prenada Media Group. 2009.
- Brosur Produk Fulnadi Asuransi Takaful cabang Bengkulu Tahun 2019.
- Brosur Produk Takafulink Salam Cendikia Asuransi Takaful cabang Bengkulu Tahun 2021.
- Dwi Prayitno. *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 2013.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No.21/DSN-MUI/X/2001 Tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah
- Feri Aditia dan Suhaji, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Baju "MINT" Di Counter Java Mall Semarang*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala: Jurnal. 2012.
- Getut Pramesti. *Statistika Lengkap Secara Teori dan Aplikasi Dengan SPSS 23*. Jakarta: PT Elex Media Komputind. 2016.
- Idris Said Husein Duha. *Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Asuransi Syariah Jasindo Takaful (Studi*

- Kasus Pada PT.Jasa Asuransi Indonesia Pematang Siantar*). Universitas Islam Negeri Sumatra Utara: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. 2018.
- Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2005.
- Iqbal Muhammad. *Asuransi Umum Syariah dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press. 2005.
- Kasmadi. *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Mahmud. *Psikologi Pendidikan*. Bandung : CV Pustaka Setia. 2010.
- Melissa Paendong, Maria V. J. Tielung, *Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Di Galeri Smartfren Cabang Manado*. Universitas Sam Ratulangi, Manado, Indonesia, Vol. 16 N0. 4: Jurnal Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis . 2016.
- Mika Agus Widiyanto. *Statistika Terapan dan Aplikasi SPSS*. Jakarta: PT. Alex Media Koputindo, 2013.
- Moch.Doddy Arie fianto, *EKONOMETRIKA Esensi dan Aplikasi dengan Menggunakan EVIEWS*. Jakarta : Penerbit Erlangga, 2012.
- Mudrajad Kuncoro. *Metode Kuantitatif, Teori Dan Aplikasi untuk bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan. 2011.
- Muhammad Firdaus. *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008.
- Mustafa Edwin Nasution. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Group, 2016.
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group. 2008.
- Rico Saputra, Hatane Samuel, *Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo*. Skripsi: Universitas Kristen Petra, Surabaya, 2013.
- Safinatul Najah, *Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah (Studi Bancassurance Pada Nasabah AXA Mandiri dan Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta*.

- Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta :Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. 2016.
- Singgih Santoso. *Panduan Lengkap menguasai SPSS 16*. Jakarta: PT. Elek Media Komputindo. 2008.
- Steffi Gunawan. *The Impact of Motivation, Perception and Attitude toward Consumer Purchasing Decision: A Study Case of Surabaya and Jakarta Society on Carl's Junior*. Univeritas Kristen Petra: Jurnal Ekonomi. Vol. 3 No.2. 2015.
- Sugiyono. *Metode Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta. 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharwardi K.Lubis, dan Farid Wajdi. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 2000.
- Sumiati. *Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen, dan Brand Image Pada Keputusan Pembelian Komputer Tablet Apple Ipad Pada Emax Apple Store Surabaya*, Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Vol. 1 No. 2, September 2014.
- V.Wiratna Sujarweni. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2015.
- Vinna Sri Yuniarti. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung : Pustaka Setia. 2015.
- Wiratma Sujarweni. *SPS4S Untuk Paramedis*. Yogyakarta: Gava Media. 2012.

L

A

M

P

I

R

A

N

rian plagiasi

by Rian Skripsi

Submission date: 27-Aug-2021 09:08AM (UTC+0700)

Submission ID: 1636568580

File name: rian_plagiasi.docx (287.73K)

Word count: 9260

Character count: 64638

rian plagiasi

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.iainbengkulu.ac.id

Internet Source

6%

2

repository.uin-suska.ac.id

Internet Source

2%

3

Submitted to Universitas Negeri Medan

Student Paper

2%

4

repository.radenintan.ac.id

Internet Source

2%

5

Submitted to Universitas Diponegoro

Student Paper

1%

6

gudangmakalah165.blogspot.com

Internet Source

1%

7

Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan
Tinggi Indonesia Jawa Timur

Student Paper

1%

8

repository.uma.ac.id

Internet Source

1%

9

Submitted to UIN Raden Intan Lampung

Student Paper

1%

10	Submitted to UIN Walisongo Student Paper	1 %
11	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	1 %
12	Submitted to Higher Education Commission Pakistan Student Paper	<1 %
13	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	<1 %
14	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
15	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
16	Submitted to IAIN Bengkulu Student Paper	<1 %
17	uad.portalgaruda.org Internet Source	<1 %
18	Submitted to Universitas Jambi Student Paper	<1 %
19	Rudi Abdullah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pada PT. Telekomunikasi Indonesia Cabang Baubau", JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan), 2019 Publication	<1 %

Submitted to Universitas Kristen Duta Wacana

20	Student Paper	<1 %
21	jurnal.umj.ac.id Internet Source	<1 %
22	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
23	journal.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
24	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
25	Submitted to IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung Student Paper	<1 %
26	Submitted to UIN Sunan Ampel Surabaya Student Paper	<1 %
27	id.123dok.com Internet Source	<1 %
28	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
29	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
30	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	<1 %

31	Submitted to Universitas Pendidikan Ganesha Student Paper	<1 %
32	Misti Hariasih, Herlinda Maya Kumala Sari, Totok Dwi Prasetyo. "Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja, Kompetensi Karyawan dan Pengalaman Kerja terhadap Promosi Jabatan pada Lembaga Amil Zakat Nasional Nurul Hayat Surabaya", JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan), 2019 Publication	<1 %
33	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
34	media.neliti.com Internet Source	<1 %
35	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1 %
36	repository.usd.ac.id Internet Source	<1 %
37	Mas Oetarjo, Habib Eko Prastyo. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Roman Ceramic International di Mojokerto", JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan), 2019 Publication	<1 %

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches Off

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi berjudul "Pengaruh Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya Hidup, dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu" yang disusun oleh:

Nama : Mayendra Rian Pratama

NIM : 1516140182

Prodi : Perbankan Syari'ah

Telah diseminarkan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Kamis

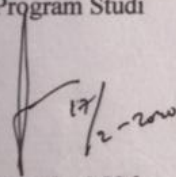
Tanggal : 23 Januari 2020

Dan telah diperbaiki sesuai saran-saran tim penyeminar. Oleh karenanya sudah dapat diusulkan kepada Jurusan untuk ditunjuk Tim Pembimbing Skripsi.

Bengkulu, 13 Februari 2020 M
19 Jumadil Akhir
1441H

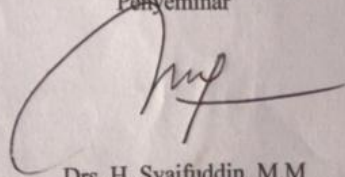
Mengetahui

Ketua Program Studi



Yosi Arisandy, M.M
NIP.1985080012014032001

Penyeminar



Drs. H. Syaifuddin, M.M
NIP.196204081989031008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pager Dewa Bengkulu
Telepon (0736) 51171, 51172, 51279 Fax. (0736) 51171

I. IDENTITAS MAHASISWA

NAMA : Mayendra Rian Pratama
NIM : 1216140182
PRODI : Arbakan Syariah
SEMESTER : 3 (Jemberan)

JUDUL YANG DIAJUKAN :

1. Pengaruh & Motivasi, Sikap konsumen gaya hidup dan konsep diri terhadap keputusan memilih Asuransi takaful keluarga Bengkulu
2. Analisis perbandingan kinerja PT. BNI Syariah dan PT. BRI Syariah dengan menggunakan Rasio CAMEL
3.

II. PROSES KONSULTASI

- a. Konsultasi dengan Pengelola Perpustakaan Fakultas

Catatan : NO. 1 & 2 -> OK

Pengelola Perpustakaan

DERBY RISANDY - KMA 24/11/19

- b. Konsultasi dengan Pembimbing Akademik

Catatan : Att. gubel

Pembimbing Akademik

Nilda Susantawati, M. Ag

- c. Konsultasi dengan Kaprodi

Catatan : Dapat ditentukan

Kaprodi

Yosi Risandy, MM

III. JUDUL YANG DIUSULKAN

Setelah konsultasi dengan Pengelola Perpustakaan, Pembimbing Akademik dan Kaprodi, judul yang diusulkan adalah : Pengaruh motivasi, sikap konsumen, gaya hidup dan konsep diri terhadap keputusan memilih Asuransi Takaful keluarga Bengkulu.

Bengkulu, 21 November 2019

Mengetahui

Kapros

[Signature]

Mahasiswa

MAYENDRA RIAN PRATAMA

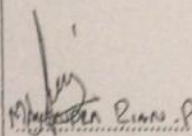
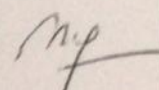


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal : Kamis - 23 Januari - 2020
Nama Mahasiswa : MAYENDRA RIAN PRATAMA
NIM : 1516140182
Jurusan/Prodi : PBS

Judul Proposal	Tanda Tangan Mahasiswa	Penyeminar
PENGARUH MOTIVASI, SIKAP KONSUMEN, GAYA HIDUP DAN KONSEP DIRI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH ASURANSI TAKAFUL KELUARGA BENGKULU.	 MAYENDRA RIAN P.	 Drs. H. Syarifuddin



Mengetahui,
a.n. Dekan
Wakil Dekan I,

Dr. Nurul Hak, M.A.
NIP 196606161995031003

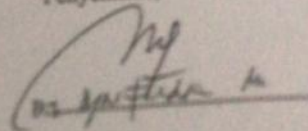
Catatan:
Mohon Berkas ini dikembalikan kepada Pengelola
Fotokopi dan Cap 1 (Satu) Rangkap

CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : MAYENDRA RAN PRATAMA
 NIM : 151614 0186
 Jurusan/Prodi : PBS

No	Permasalahan	Saran Penyeminar
1.	Konsep Islam di Lupa Diturunkan	Kembangkan dan tenggelam

Bengkulu,
 Penyeminar,



PEMERINTAH KOTA BENGKULU
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jalan Malar No. 01 Nias Indah Telp. (0734) 21801
BENGKULU

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 070/ 54 / BK.Bangkopo/2021

- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian
- Surat dari Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Nomor : 1093/In.11/P.IV/PP.00.9/08/2021 tanggal 4 Agustus 2021 perihal Izin Penelitian

DENGAN INI MENYATAKAN BAHWA

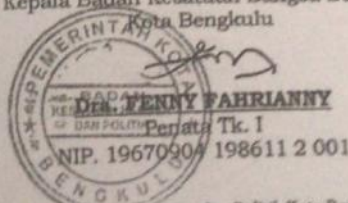
Nama : MAYENDRA RIAN PRATAMA
NIM : 1516140182
Pekerjaan : Mahasiswa
Prodi/Fakultas : Perbankan Syariah/Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Penelitian : Pengaruh Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya Hidup dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu
Tempat Penelitian : Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu, Jl. A Yani Kebun Ros Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu
Waktu Penelitian : 13 Agustus 2021 s/d 13 September 2021
Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu

1. Tidak dibenarkan mengadakan kegiatan yang tidak sesuai dengan penelitian yang dimaksud.
2. Melakukan Kegiatan Penelitian dengan Mengindahkan Protokol Kesehatan Penanganan Covid-19.
3. Harus mentaati peraturan perundang-undangan yang berlaku serta mengindahkan adat istiadat setempat.
4. Apabila masa berlaku Rekomendasi Penelitian ini sudah berakhir, sedangkan pelaksanaan belum selesai maka yang bersangkutan harus mengajukan surat perpanjangan Rekomendasi Penelitian.
5. Surat Rekomendasi Penelitian ini akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat ini tidak mentaati ketentuan seperti tersebut diatas.

Demikianlah Rekomendasi Penelitian ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Bengkulu
Pada tanggal : 13 Agustus 2021

a.n. WALIKOTA BENGKULU
y Plt. Kepala Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik
Kota Bengkulu



Surat ini telah diregistrasi, dicap dan ditanda tangani oleh Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Bengkulu dan dikirimkan melalui Email kepada Pemohon untuk dicetak secara mandiri, serta dapat digunakan sebagaimana mestinya.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pager Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

Nomor
Lampiran
Perihal

:1093 /In.11/F.IV/PP.00.9/08/2021
: Satu Berkas Proposal Skripsi
: Mohon Izin Penelitian

4 Agustus 2021

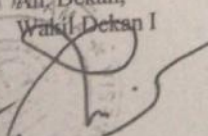
Yth. Kepala KESBANGPOL Kota Bengkulu
di-
Bengkulu

Dengan Hormat,

Sehubungan akan dilaksanakannya penelitian Skripsi Mahasiswa Program Studi Strata Satu (S.1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun Akademik 2021/2022, dengan ini kami mohon kiranya berkenan memberikan izin penelitian kepada saudara :

Nama	: Mayendra Rian Pratama
NIM	: 1516140182
Jurusan/Prodi	: Ekonomi Islam/Perbankan syariah
Semester	: Tiga Belas (XIII)
Waktu Penelitian	: Tanggal 6 Agustus s.d 6 September 2021
Judul Skripsi	: Pengaruh Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya Hidup dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu
Tempat Penelitian	: Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu, Jl. A. Yani Kebun Ros, Kecamatan Teluk Segara, Kota Bengkulu.

Demikian permohonan izin ini kami sampaikan, atas perkenan dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Mengetahui
An. Dekan,
Wakil Dekan I

Nurul Hak

SURAT PERNYATAAN SELESAI PENELITIAN

Nomor :

Berdasarkan surat permohonan izin dari penelitian dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu tentang surat izin penelitian maka yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Santi Rianti Putri, SM

Jabatan : Staff

Alamat : Jalan Ahmad Yani, ruko Kampus Unihaz No. 4, Kota Bengkulu

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Mayendra Rian Pratama

NIM : 1516140182

Prodi : Perbankan Syariah

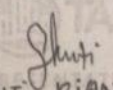
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah selesai melakukan penelitian di PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Bengkulu, Jalan Ahmad Yani, ruko Kampus Unihaz No. 4, Kota Bengkulu. Selama 7 hari terhitung dari tanggal 6 Agustus 2021 sampai 6 September 2021 untuk memperoleh data dan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya hidup dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu"

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, Agustus 2021

Staff,


SANTI RIANTI PUTRI

Kuesioner Penelitian

Nama : Mayendra Rian Pratama

NIM : 1516140182

Judul : Pengaruh Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya Hidup dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu

Bengkulu, Mei 2021

Kepada Yth.

Saudara/i

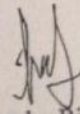
Di Tempat

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 MOTIVASI, SIKAP KONSUMEN, GAYA HIDUP DAN KONSEP DIRI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH ASURANSI TAKAFUL KELUARGA BENGKULU"

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, Mei 2021
Peneliti



Mayendra Rian Pratama
NIM. 1516140182

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pager Dewa Kota Bengkulu 36211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor: 0401/In.11/F.IV/PP.00.9/03/2020

Untuk menyelesaikan akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

N A M A : Dr. Nurul Hak, M. A.
NIP. : 196606161995031002
Tugas : Pembimbing I
N A M A : Drs. H. Syaifuddin, M. M.
NIP. : 196204081989031008
Tugas : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan
kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera

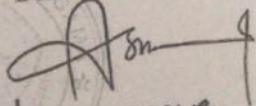
N A M A : Mayendra Rian Pratama
NIM : 1516140182
JURUSAN : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya Hidup dan Konsep Diri
Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu

Demikian surat penunjukkan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu

Pada Tanggal : 06 Maret 2020

Dekan.



Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003

Rektor I
yang bersangkutan;
yang bersangkutan;

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi berjudul "Pengaruh Motivasi, Sikap Konsumen, Gaya Hidup, dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu" yang disusun oleh:

Nama : Mayendra Rian Pratama

NIM : 1516140182

Prodi : Perbankan Syariah

Telah diseminarkan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Kamis

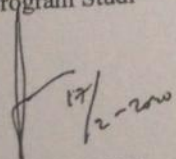
Tanggal : 23 Januari 2020

Dan telah diperbaiki sesuai saran-saran tim penyeminar. Oleh karenanya sudah dapat diusulkan kepada Jurusan untuk ditunjuk Tim Pembimbing Skripsi.

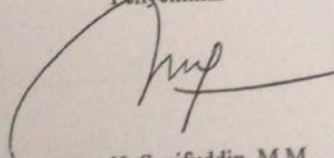
Bengkulu, 13 Februari 2020 M
19 Jumadil Akhir
1441H

Mengetahui

Ketua Program Studi


Yosi Arisandy, M.M
NIP.1985080012014032001

Penyeminar


Drs. H. Syaifuddin, M.M
NIP.196204081989031008



KEJAYANAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Firdaus No. 101, Padang Bungkulu
Telp. (0736) 411111, 411112, 411113 Fax. (0736) 411114

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa
NIM
Judul Skripsi

Mengundi Purno Prasetyo

K 11 14 0102

Program Studi

DBS

Pembimbing I/II

Pengantar Mahari, Sirek, konsultan, Geng hakt, dan kantar
Juri terbiasa kerubusan Mendah Murni, kawatul kawatul, Cendekul

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Prof
-	Sesi 27.10	PROPOSAL	ACC	f
-	Sesi 27. Juli	KUESIONER	ACC	f

Bengkulu,

Mengetahui,
Kep. Jurusan

Dr. M. S. H.
D. S. H. M. S. H.
NIP. 197412022006042001

Pembimbing I/II

Dr. M. S. H.
D. S. H. M. S. H.
NIP. 196209081989031008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Kader: 1 Blok Pagar Daya Bengkulu
Telepon (0736) 51171 51172 51173 Fax. (0736) 51171

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa

MAJENORA Rendi Pratomo

Program Studi

NIM

1516140102

Pembimbing I/II

Judul Skripsi

"Pengaruh religiusitas, Sikap konsumen, gaya hidup dan konsep diri terhadap memilih Asuransi Ekstrem Keluarga Bengkulu"

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Praf
	Senin, 16, Agustus	Lampiran dan keterangannya asuransi asuransi Takeful - Revisi dan revisi dan pedoman		RF
	Senin, 29, Agustus	Kemungkinan hasil hasil dari struktur		RF

Bengkulu,

Mengetahui,

Ketua Jurusan

Desi Iszaini, MA

NIP. 197412022006042001

Pembimbing I/II

Drs H. Syarifuddin, M. Si

NIP. 196204081983051000

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Pahlawan 1002, Padang Denda, Bengkulu
 Telpone (0736) 41171 - 41172 41173 Fax. (0736) 41171

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Mahasiswa : Mayendra Piani Pratama Program Studi : PDS
 NIM : 151614 0182 Pembimbing I/II :
 "Pengaruh Motivasi Siswa terhadap Gaya hidup dan kesadaran terhadap
 keputusan Memilih Asuransi Tabung keluarga Bengkulu"

Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Prof
	Prinsip Per. mudi	all. all.	x. x

Bengkulu,

Pembimbing I/II

(DR. Nurul HAK, MA)
 NIP 19 6606161995031002

getahui,
 a. jurusan
 Istaitini, MA
 197412022006042001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Taman Kader: 1 Muar, Padang Besar, Bengkulu
Telepon (0736) 511111, 511112, 511776 Fax: (0736) 511111

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa

Masykura Rizki Permana

Program Studi

1916140102

Pembimbing I/II

IM

Judul Skripsi

Pengaruh Mobilitas, Struktur Konsumsi, Gaya Hidup dan Konsep diri terhadap Minat Asuransi Telekomunikasi Keluarga Bengkulu

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Praf
1		Bab I	ace	x
2		Bab II	ae	x
3		Bab III	ace	x
4		Bab IV	ace	x
5		Bab V	ace	x
6		ace	—	x

Bengkulu,

Pembimbing I/II

Mengetahui,

Ketua Jurusan

Desi Ispaini, MA

NIP. 197412022006042001

DR. Nurul Hani, MA

NIP. 196606161995021902