

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat PT. Asuransi Tri Pakarta

PT. Asuransi Tri Pakarta (TRIPA) adalah perusahaan Asuransi yang didirikan oleh Yayasan Dana Pensiun Bank Negara Indonesia dan PT. Tri Handayani Utama pada tanggal 21 Agustus 1978. Sebagai perusahaan asuransi, TRIPA terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan izin usaha bernomor KEP-1754/ MD/1978 tanggal 11 Desember 1978. Pada awal berdirinya, TRIPA didirikan untuk memberikan perlindungan asuransi atas asset/harta kekayaan milik Bank Negara Indonesia dan milik nasabah yang menjadi agunan BNI. TRIPA melakukan perluasan jangkauan usaha dengan memberikan jasa asuransi kepada masyarakat umum secara personal dan korporasi seperti pemerintah, BUMN dan perusahaan swasta. Dalam perluasan usaha ini, TRIPA melakukan diversifikasi untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin variatif.

Asuransi Tri Pakarta memiliki beberapa pilihan produk yang bisa dipilih oleh nasabah sesuai dengan kebutuhan nasabah, yaitu:

1. Asuransi kendaraan bermotor, adalah produk asuransi yang memberikan pertanggungan *comprehensive* dan *total loss only* pada kendaraan bermotor. *Comprehensive* merupakan ganti rugi atas setiap kerugian atau kerusakan parsial ataupun *total loss* pada kendaraan tertanggung, sedangkan *total loss only* adalah ganti rugi yang diberikan jika kendaraan hilang atau nilai kerugian/kerusakan mencapai 75% atau lebih dari nilai pasar kendaraan
2. Asuransi perjalanan, adalah ganti rugi atas risiko ketidaknyamanan selama perjalanan
3. Asuransi kecelakaan diri, adalah produk asuransi yang memberikan pertanggungan finansial atas risiko meninggal dunia, cacat tetap, cacat sementara, dan pertanggungan biaya perawatan lainnya akibat kecelakaan
4. Asuransi kebakaran, merupakan ganti rugi atas risiko kebakaran pada aset dan harta benda
5. Asuransi pengangkutan barang, adalah ganti rugi atas risiko kerugian barang dagangan, mesin dan bahan baku selama proses pengangkutan
6. Asuransi rekayasa, merupakan ganti rugi atas risiko kerusakan fisik atas mesin-mesin, peralatan instalasi atau pabrik secara keseluruhan proyek

7. Asuransi *surety bond*, adalah pertanggungan ganti rugi atas risiko kerugian kerjasama pihak ketiga
8. Asuransi mikro, adalah proteksi asuransi yang diberikan dengan iuran premi terjangkau
9. Asuransi rangka kapal, adalah ganti rugi atas risiko kerugian pada rangka kapal beserta peralatannya
10. Asuransi uang, adalah ganti rugi atas risiko pada uang atau dokumen penting yang diasuransikan
11. Asuransi syariah, adalah manfaat proteksi asuransi yang mengikuti syariat Islam

TRIPA ditopang oleh sumber daya manusia yang profesional, sistem pelayanan terintegrasi, penerapan teknologi informasi terkini, serta kerjasama harmonis dan mutual dengan para mitra usaha seperti *loss adjuster* dan reasuransi dari dalam dan luar negeri. Oleh karenanya, TRIPA senantiasa menunjukkan kemajuan yang signifikan sehingga berhasil menjadi perusahaan asuransi yang sehat, kokoh dan terpercaya. Sampai saat ini, PT. Asuransi Tri Pakarta terus berupaya untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabah dengan lebih mendekatkan diri dan lebih bersahabat dengan para nasabah serta memberikan informasi atas beberapa produk-produk jasa asuransi yang dapat diberikan.

4.1.2 Motto, Visi, dan Misi PT. Asuransi Tri Pakarta

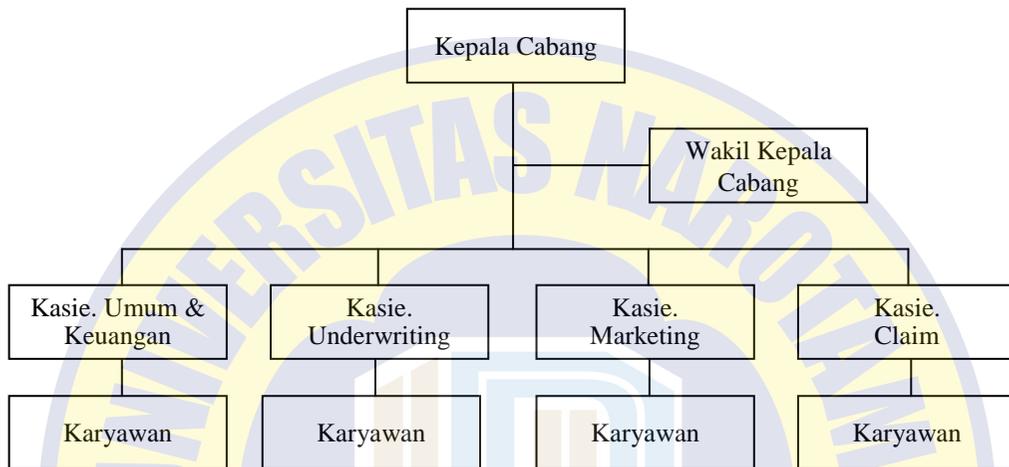
PT. Asuransi Tri Pakarta mempunyai motto “Memberikan Yang Terbaik”. Dengan visi “Menjadi perusahaan asuransi terkemuka dan terpercaya yang unggul dalam kinerja, sumber daya dan pelayanan”, PT. Asuransi Tri Pakarta terus berupaya untuk mewujudkan misinya, yaitu:

1. Menyediakan produk dan layanan asuransi umum yang berkualitas tinggi.
2. Membangun jaringan pemasaran dan hubungan kerjasama yang saling menguntungkan dengan para pihak yang terkait dengan jasa asuransi
3. Meningkatkan nilai-nilai perusahaan dengan membentuk sumber daya manusia yang memiliki integritas dan komitmen tinggi.
4. Membangun prasarana dan sarana pendukung kegiatan operasional perusahaan untuk mencapai kinerja yang optimal.

4.1.3 Struktur Organisasi PT. Asuransi Tri Pakarta

Struktur organisasi merupakan suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang sudah ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan

operasional untuk mencapai tujuan. PT. Asuransi Tri Pakarta Surabaya Diponegoro memiliki struktur organisasi berbentuk garis, dimana pimpinan bertindak sebagai pengelola puncak. Hal ini menunjukkan wewenang dan tanggung jawab yang jelas dalam pembagian fungsi-fungsi operasional. Struktur organisasi PT. Asuransi Tri Pakarta Surabaya Diponegoro sebagai berikut:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Asuransi Tri Pakarta

Berdasarkan struktur organisasi tersebut, tugas masing-masing bagian sebagai berikut:

1. Kepala Cabang
 - a. Mewakili Direksi dan wilayah operasinya
 - b. Memimpin, mengkoordinir dan mengerakkan seluruh karyawan dan staf Kantor Cabang dalam menjalankan fungsinya
 - c. Merencanakan taktik dan strategi pemasaran kantor cabang
 - d. Menyusun program kerja kantor cabang
 - e. Memastikan tugas-tugas/fungsi yang berada dibawah koordinasinya dapat melaksanakan tugasnya masing-masng berjalan dengan baik.
2. Wakil Kepala Cabang
 - a. Membantu mengkoordinir pekerjaan yang ada di Kantor Cabang
 - b. Menjaga hubungan baik terhadap relasi lama maupun yang baru
 - c. Membantu semua tugas-tugas Kepala Cabang dalam menjalankan kegiatan di Kantor Cabang
 - d. Turut serta membantu dalam hal saran pemecahan masalah di Kantor Cabang
 - e. Melakukan verifikasi polis, nota, kwitansi produksi dan klaim sebelum ditandatangani/disetujui oleh Kepala Cabang di Kantor Cabang.

3. Kasie Keuangan dan Umum
 - a. Melaksanakan tugas-tugas administrasi umum dan keuangan kantor cabang
 - b. Mencatat semua lalu-lintas surat-surat dan dokumen yang masuk dan yang keluar di Kantor Cabang
 - c. Melaksanakan dan mengkoordinir kegiatan inkasso Kantor Cabang
 - d. Mengatur *cash flow* Kantor Cabang secara maksimum
 - e. Laporan keuangan, operasional dan anggaran Kantor Cabang
4. Kasie Underwriting
 - a. Mengumpulkan informasi nasabah
 - b. Melakukan verifikasi data
 - c. Melakukan appraisal
 - d. Analisis keuangan nasabah
 - e. Menyampaikan keputusan asuransi
5. Kasie Marketing
 - a. Memperluas jaringan pemasaran
 - b. Menyerahkan penerangan terhadap produk asuransi yang dipasarkan
 - c. Menyelenggarakan *follow up* tentang klien
 - d. Mengawasi hubungan baik dengan klien
 - e. Berorientasi pada target yang sudah dimanifestasikan perusahaan
6. Kasie Claim :
 - a. Membuat laporan pengiriman bermasalah (rusak/hilang) yang terjadi di area pengiriman.
 - b. Melakukan dan menyelesaikan investigasi kasus pengiriman yang bermasalah.
 - c. Menyiapkan dan melengkapi setiap berkas dokumen yang dibutuhkan selama proses investigasi dan proses claim berlangsung (seperti : identitas pengirim / invoice / cctv / laporan asuransi, dan lain-lain)
 - d. Memastikan proses investigasi dan claim di setiap kasus pengiriman bermasalah diproses secara benar dan sesuai SOP terbaru yang berlaku.
 - e. Membuat laporan survey untuk cabang bermasalah (tidak melakukan proses pengiriman sesuai prosedur).
 - f. Membuat laporan bulanan setiap kasus pengiriman baik Rusak /Hilang, dan follow up bukti penyelesaian ganti rugi setiap kasus sampai selesai.
 - g. Membuat laporan asuransi dan melaporkan ke pihak Finance HQ (untuk setiap kasus pengiriman yang diselesaikan melalui pihak asuransi)
 - h. Membuat laporan performa claim (analisa data grafik) kasus pengiriman setiap periode semester dan tahunan atau periode yang dibutuhkan.

4.2 Deskripsi Data Hasil Penelitian

4.2.1 Deskripsi Responden

4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Laki-Laki	31	56,4
Perempuan	24	43,6
Total	55	100,0

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah laki-laki sebanyak 31 orang dengan nilai persentase sebesar 56,4% sedangkan responden berjenis perempuan sebanyak 24 orang dengan nilai persentase sebesar 43,6%. Hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro adalah laki-laki, hal ini dikarenakan laki-laki lebih banyak yang menggunakan kendaraan bermotor dari pada responden perempuan.

4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2 Deskripsi Usia Responden

Usia	Frekuensi	%
Kurang dari 30 tahun	10	18,2
30 sampai 40 tahun	26	47,3
Lebih dari 40 tahun	19	34,5
Total	55	100

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia antara 30 sampai 40 tahun sebanyak 26 orang dengan nilai persentase sebesar 47,3%. Responden yang berusia lebih dari 40 tahun sebanyak 19 orang dengan nilai persentase sebesar 34,5% sedangkan yang paling sedikit yaitu sebanyak 10 orang dengan nilai persentase sebesar 18,2% berusia kurang dari 30 tahun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro berusia antara 30 sampai 40 tahun, hal ini dikarenakan usia 30 sampai 40 tahun termasuk

dalam kategori usia produktif dimana orang banyak menggunakan kendaraan untuk beraktifitas di luar/untuk bekerja sehingga sangat membutuhkan asuransi kendaraan bermotor untuk menghadapi berbagai macam risiko yang terjadi seperti kecelakaan, pencurian dan lain sebagainya.

4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Deskripsi Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Frekuensi	%
Kurang dari 1 tahun	23	41,8
1 sampai 3 tahun	19	34,6
Lebih dari 3 tahun	13	23,6
Total	55	100

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini menjadi nasabah kurang dari 1 tahun sebanyak 23 orang dengan nilai persentase sebesar 41,8%. Responden yang menjadi nasabah antara 1 sampai 3 tahun sebanyak 19 orang dengan nilai persentase sebesar 34,6% sedangkan yang paling sedikit yaitu sebanyak 13 orang dengan nilai persentase sebesar 23,6% menjadi nasabah lebih dari 3 tahun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro menjadi nasabah kurang dari 1 tahun.

4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Analisis deskripsi variabel dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pernyataan yang digunakan pada variabel penelitian. Untuk mengetahui hasil rata-rata tanggapan responden digunakan interval class yang bertujuan untuk menghitung nilai atau skor jawaban yang diisi oleh responden.

$$\text{Interval kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Tabel 4.4 Interval Kelas

No	Interval Kelas	Kategori
1	$1,00 \leq a \leq 1,80$	Sangat tidak setuju
2	$1,80 < a \leq 2,60$	Tidak setuju
3	$2,60 < a \leq 3,40$	Netral
4	$3,40 < a \leq 4,20$	Setuju
5	$4,20 < a \leq 5,00$	Sangat setuju

Berikut ini akan dijelaskan hasil jawaban responden mengenai pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), premi (X_3), dan keputusan pembelian (Y), yaitu:

4.2.2.1 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini menggunakan 5 pernyataan. Tanggapan responden terhadap pernyataan pada variabel kualitas pelayanan PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro adalah:

Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Mean	Kategori
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
1	Karyawan PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro berpenampilan rapi saat melayani nasabah	6	4	10	21	14	3,60	Setuju
2	Karyawan PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro menyampaikan informasi dengan akurat (sesuai kenyataan)	3	7	12	17	16	3,65	Setuju
3	Karyawan PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro sigap dalam membantu nasabah	4	7	14	16	14	3,53	Setuju
4	Karyawan PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro sopan dalam melayani nasabah	5	8	7	13	22	3,71	Setuju
5	Karyawan PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro ramah dalam berkomunikasi dengan nasabahnya	1	6	15	18	15	3,73	Setuju
Mean Secara Keseluruhan Variabel Kualitas Pelayanan							3,64	Setuju

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan pada Tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa tanggapan sebagian besar responden pada variabel kualitas pelayanan tertinggi pada pernyataan “Karyawan PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro ramah dalam berkomunikasi dengan nasabahnya”, dengan memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,73. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mempersepsikan bahwa karyawan PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro ramah dalam melayani nasabahnya. Sedangkan secara keseluruhan tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan adalah 3,64 dalam interval kelas termasuk $3,40 < a \leq 4,20$ yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan nasabah memberikan penilaian setuju terkait kualitas pelayanan. Hal ini dapat diartikan bahwa secara keseluruhan persepsi konsumen tentang kualitas pelayanan pada PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro adalah baik.

4.2.2.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk

Kualitas produk dalam penelitian ini menggunakan 6 pernyataan. Tanggapan responden terhadap pernyataan pada variabel kualitas produk PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro adalah:

Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Kualitas Produk

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Mean	Kategori
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
1	Produk Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro memberikan rasa aman bagi nasabahnya	4	7	12	16	16	3,60	Setuju
2	Produk Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro mengikuti perkembangan kebutuhan nasabahnya	4	12	11	21	7	3,27	Netral
3	Produk Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro dapat dirasakan manfaatnya	4	7	15	14	15	3,53	Setuju
4	Manfaat produk Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro sesuai dengan yang dijanjikan	1	12	12	9	21	3,67	Setuju

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Mean	Kategori
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
5	Produk Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro menguntungkan di masa depan	1	7	11	15	21	3,87	Setuju
6	Cover Produk Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) PT. Asuransi Tri Pakarta Surabaya Diponegoro menarik	1	7	12	17	18	3,80	
Mean Secara Keseluruhan Variabel Kualitas Produk							3,62	Setuju

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan pada Tabel 4.6 dapat dijelaskan bahwa tanggapan sebagian besar responden pada variabel kualitas produk tertinggi pada pernyataan “Cover Produk Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) PT. Asuransi Tri Pakarta Surabaya Diponegoro menarik”, dengan memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,80. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden tertarik pada cover produk Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) PT. Asuransi Tri Pakarta Surabaya Diponegoro. Sedangkan secara keseluruhan tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk adalah 3,62 dalam interval kelas termasuk $3,40 < a \leq 4,20$ yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan nasabah memberikan penilaian setuju terkait kualitas produk. Hal ini dapat diartikan bahwa secara keseluruhan persepsi konsumen tentang kualitas produk PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro adalah baik.

4.2.2.3 Deskripsi Variabel Premi

Premi dalam penelitian ini menggunakan 3 pernyataan. Tanggapan responden terhadap pernyataan pada variabel premi pada PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro adalah:

Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Premi

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Mean	Kategori
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
1	Tarif premi Produk Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro yang diterapkan terjangkau	4	7	14	12	18	3,60	Setuju

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Mean	Kategori
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
2	Tarif premi Produk Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro lebih terjangkau dibanding produk asuransi perusahaan lain	2	7	15	14	17	3,67	Setuju
3	Tarif premi Produk Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro sesuai dengan manfaat yang diperoleh	2	4	10	17	22	3,96	Setuju
Mean Secara Keseluruhan Variabel Premi							3,75	Setuju

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan pada Tabel 4.7 dapat dijelaskan bahwa tanggapan sebagian besar responden pada variabel premi tertinggi pada pernyataan “Tarif premi Produk Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro sesuai dengan manfaat yang diperoleh”, dengan memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,96. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mempersepsikan bahwa tarif premi yang dibayar nasabah sesuai dengan manfaat yang diterimanya. Sedangkan secara keseluruhan tanggapan responden terhadap variabel premi adalah 3,75 dalam interval kelas termasuk $3,40 < a \leq 4,20$ yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan nasabah memberikan penilaian setuju terkait tarif premi. Hal ini dapat diartikan bahwa secara keseluruhan persepsi konsumen tentang tarif premi Produk Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro adalah baik.

4.2.2.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dalam penelitian ini menggunakan 5 pernyataan. Tanggapan responden terhadap pernyataan pada variabel keputusan pembelian adalah:

Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Mean	Kategori
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
1	Saya memutuskan untuk menggunakan Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) di PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro setelah memahami kebutuhan saya	1	3	14	13	24	4,02	Setuju
2	Saya memutuskan untuk menggunakan Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) di PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro setelah mencari informasi mengenai produk tersebut	3	5	13	23	11	3,62	Setuju
3	Saya memutuskan untuk menggunakan Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) di PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro setelah membandingkan dengan produk asuransi perusahaan lain	1	7	5	15	27	4,09	Setuju
4	Saya memutuskan untuk menggunakan Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) di PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro setelah yakin akan memperoleh keuntungan di masa depan	2	8	9	17	19	3,78	Setuju
5	Saya berniat untuk memperpanjang Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) di PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro yang saya miliki	2	2	10	25	16	3,93	Setuju
Mean Secara Keseluruhan Variabel Keputusan Pembelian							3,89	Setuju

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan pada Tabel 4.8 dapat dijelaskan bahwa tanggapan sebagian besar responden pada variabel keputusan pembelian tertinggi pada pernyataan “Saya memutuskan untuk menggunakan Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) di PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro setelah membandingkan dengan produk asuransi perusahaan

lain”, dengan memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,09. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memutuskan menggunakan Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) di PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro setelah membandingkan dengan produk asuransi perusahaan lain. Sedangkan secara keseluruhan tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian adalah 3,89 dalam interval kelas termasuk $3,40 < a \leq 4,20$ yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan nasabah memberikan penilaian setuju terkait keputusannya menggunakan Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) di PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Uji Instrumen

4.3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel (*correlated item – total correlation*) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika *correlated item – total correlation* $\geq 0,3$, maka butir instrumen dinyatakan valid
2. Jika *correlated item – total correlation* $< 0,3$, maka butir instrumen dinyatakan tidak valid

Hasil uji validitas masing-masing variabel dengan menggunakan Software SPSS 26 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Penelitian

Variabel	Pernyataan	<i>Correlated Item – Total Correlation</i>	Keterangan
Kualitas pelayanan (X ₁)	X _{1,1}	0,702	Valid
	X _{1,2}	0,733	Valid
	X _{1,3}	0,757	Valid
	X _{1,4}	0,706	Valid
	X _{1,5}	0,709	Valid
Kualitas produk (X ₂)	X _{2,1}	0,737	Valid
	X _{2,2}	0,799	Valid
	X _{2,3}	0,843	Valid
	X _{2,4}	0,745	Valid
	X _{2,5}	0,523	Valid
	X _{2,6}	0,536	Valid
Premi (X ₃)	X _{3,1}	0,762	Valid
	X _{3,2}	0,741	Valid
	X _{3,3}	0,781	Valid

Variabel	Pernyataan	Correlated Item – Total Correlation	Keterangan
Keputusan pembelian (Y)	Y ₁	0,733	Valid
	Y ₂	0,670	Valid
	Y ₃	0,754	Valid
	Y ₄	0,710	Valid
	Y ₅	0,800	Valid

Sumber: Lampiran 3

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor variabel (*corrected item-total correlation*) masing-masing pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), premi (X_3), dan keputusan pembelian (Y) di atas 0,3 yang berarti bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, premi, dan keputusan pembelian telah valid.

4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kehandalan (*reability*) sangat berkaitan dengan akurasi dan konsistensi. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *alpha cronbach* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika *alpha cronbach* > dari 0,6 maka dikatakan variabel tersebut reliabel atau dapat diandalkan.
2. Jika *alpha cronbach* < dari 0,6 maka dikatakan variabel tersebut tidak reliabel atau tidak dapat diandalkan.

Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan Software SPSS 26 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10 Uji Realibilitas Variabel Penelitian

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Kualitas pelayanan (X_1)	0,882	Reliabel
Kualitas produk (X_2)	0,884	Reliabel
Premi (X_3)	0,874	Reliabel
Keputusan pembelian (Y)	0,889	Reliabel

Sumber : Lampiran 3

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai alpha cronbach masing-masing variabel lebih besar dari 0,6 sehingga jawaban yang diberikan responden terhadap pernyataan yang ada pada variabel kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), premi (X_3), dan keputusan pembelian (Y) dapat dipercaya atau dapat diandalkan (reliabel).

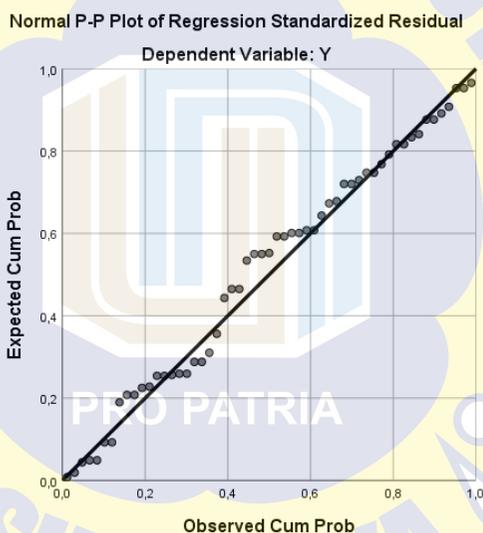
4.3.2 Uji Asumsi Klasik

4.3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Kriteria pengujian normalitas pada penelitian ini adalah:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Dari hasil pengolahan data dengan Software SPSS 26 diperoleh hasil sebagai berikut:



Gambar 4.1 Uji Normalitas

Sumber: Lampiran 3

Dari grafik *normal probability plot* diketahui bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.3.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF) dengan kriteria:

1. Jika nilai *tolerance* < 0,10 dan VIF > 10, maka terjadi multikolinieritas
2. Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas

Dari hasil pengolahan data dengan Software SPSS 26 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
	(Constant)	
	X1	,378
	X2	,419
	X3	,729

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Lampiran 3

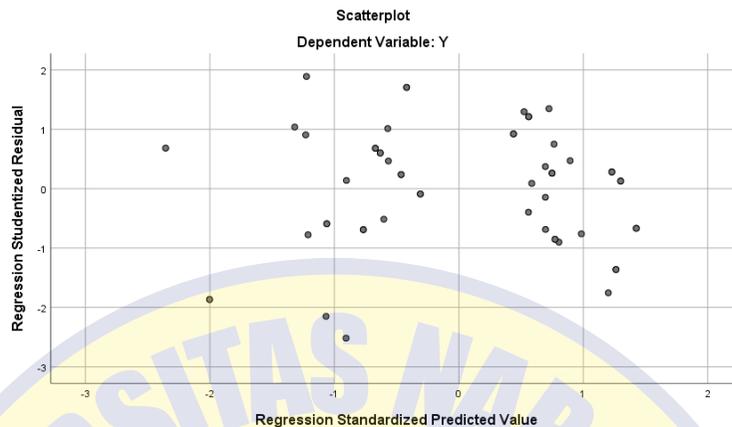
Tabel 4.11 menunjukkan bahwa variabel bebas kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan premi (X_3) mempunyai nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan VIF lebih kecil dari 10, maka penelitian ini bebas dari multikolinieritas.

4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Jika varians dari pengamatan yang satu ke pengamatan yang lain tetap, maka ini disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya (SRESID) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dari hasil pengolahan data dengan Software SPSS 26 diperoleh hasil sebagai berikut:



Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Lampiran 3

Dari gambar tersebut diketahui bahwa titik-titik data tersebar di daerah antara 0 – Y dan tidak membentuk pola tertentu, maka model regresi yang terbentuk diidentifikasi tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.3.3 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan dan menunjukkan arah hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan premi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y). Model regresi linier berganda yang didapat dari hasil pengolahan data dengan menggunakan Software SPSS 26 adalah:

Tabel 4.12 Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,442	,241		1,837	,072
	X1	,478	,086	,533	5,540	,000
	X2	,267	,088	,278	3,045	,004
	X3	,197	,059	,229	3,314	,002

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Lampiran 3

Dari tabel di atas didapatkan model regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,442 + 0,478 X_1 + 0,267 X_2 + 0,197 X_3 + 0,39224$$

Berdasarkan model regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa :

1. Nilai konstanta bernilai positif sebesar 0,442. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian akan positif jika kualitas pelayanan, kualitas produk, dan premi tetap.
2. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X_1) positif sebesar 0,478. Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan mengalami peningkatan maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan, dan sebaliknya jika kualitas pelayanan mengalami penurunan maka keputusan pembelian juga akan mengalami penurunan.
3. Nilai koefisien regresi kualitas produk (X_2) positif sebesar 0,267. Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas produk mengalami peningkatan maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan, dan sebaliknya jika kualitas produk mengalami penurunan maka keputusan pembelian juga akan mengalami penurunan.
4. Nilai koefisien regresi premi (X_3) positif sebesar 0,197. Hal ini menunjukkan bahwa jika premi mengalami peningkatan maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan, dan sebaliknya jika premi mengalami penurunan maka keputusan pembelian juga akan mengalami penurunan.
5. Nilai *standard error of the estimate* (e) sebesar 0,39224. Nilai ini menunjukkan bahwa model regresi dapat dengan tepat memprediksi variabel dependen, yang dimana semakin kecil *standard error of the estimate* maka akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen

4.3.4 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan premi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y). Nilai koefisien determinasi berganda yang diperoleh dari pengolahan data dengan Software SPSS 26 adalah:

Tabel 4.13 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,906 ^a	,822	,811	,39224	1,988

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.13 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,822 atau 82,2%. Artinya persentase pengaruh kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan premi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 82,2% sedangkan sisanya sebesar 17,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

4.3.5 Uji Hipotesis

4.3.5.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan premi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi uji $t \leq 0,05$ maka secara parsial kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan premi (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)
2. Jika nilai signifikansi uji $t > 0,05$ maka secara parsial kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan premi (X_3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan premi (X_3) yang didapat dari hasil pengolahan data dengan menggunakan Software SPSS 26 adalah:

Tabel 4.14 Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	,442	,241		1,837	,072
	X1	,478	,086	,533	5,540	,000
	X2	,267	,088	,278	3,045	,004
	X3	,197	,059	,229	3,314	,002

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa :

1. Kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) karena mempunyai nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000.
2. Kualitas produk (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) karena mempunyai nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,004.
3. Premi (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) karena mempunyai nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,002.

4.3.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan premi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi uji $F \leq 0,05$ maka secara simultan kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan premi (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).
2. Jika nilai signifikansi uji $F > 0,05$ maka secara simultan kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan premi (X_3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)

Nilai signifikansi yang didapat dari hasil pengolahan data dengan menggunakan Software SPSS 26 sebagai berikut:

Tabel 4.15 Uji Simultan (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36,135	3	12,045	78,291	,000 ^b
	Residual	7,846	51	,154		
	Total	43,981	54			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Lampiran 3

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan premi (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

4.4 Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian

4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena dari hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Koefisien regresi bernilai positif, artinya terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian. Semakin baik kualitas pelayanan, maka keputusan pembelian konsumen akan semakin tinggi. Hal ini juga dapat dilihat dari jawaban responden yang mayoritas memberikan penilaian setuju terkait kualitas pelayanan yang diukur dengan indikator penampilan karyawan (*tangible*), keakuratan penyampaian informasi (*reliability*), kesigapan karyawan (*responsiveness*), kesopanan karyawan (*assurance*), dan keramahan karyawan (*emphaty*). Secara keseluruhan persepsi konsumen tentang kualitas pelayanan pada

PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro adalah baik. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan yaitu “Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian polis di PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro”.

Nasabah adalah pelanggan yang harus dilayani perusahaan asuransi dengan baik. Pelayanan yang baik dapat memberikan nilai tambah di mata nasabah yaitu berupa kepuasan dan menjadi bahan pertimbangan untuk memutuskan atau menggunakan kembali produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, maka semakin besar keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Megantara dan Melinda (2022), Wicaksono dan Sutanto (2022), Wilistyorini dan Sussanto (2022), Silalahi *et al.* (2021), Rangkuti *et al.* (2021), Manoy *et al.* (2021), Salim dan Sijabat (2021), serta Rachmawati dan Khuzaini (2019) dengan hasil penelitian kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena dari hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,004. Koefisien regresi bernilai positif, artinya terdapat hubungan positif antara kualitas produk dan keputusan pembelian. Semakin baik kualitas produk, maka keputusan pembelian konsumen akan semakin tinggi. Hal ini juga dapat dilihat dari jawaban responden yang mayoritas memberikan penilaian setuju terkait kualitas produk yang diukur dengan indikator produk asuransi dapat memberikan rasa aman bagi nasabah (*performance*), produk asuransi mengikuti perkembangan kebutuhan nasabah (*features*), produk asuransi dapat memberikan manfaat bagi nasabah (*reliability*), manfaat produk asuransi sesuai dengan yang dijanjikan (*conformance to specifications*), produk asuransi dapat menguntungkan nasabahnya di masa depan (*durability*), dan cover produk asuransi dapat menarik nasabahnya (*aesthetic*).

Secara keseluruhan persepsi konsumen tentang kualitas produk PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro adalah baik. Hasil penelitian ini berarti mendukung hipotesis yang diajukan yaitu “Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian polis di PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro”.

Kualitas produk yang baik akan senantiasa tertanam dan terkesan di benak konsumen. Kualitas produk yang baik akan mendorong nasabah untuk melakukan pembelian, sebaliknya jika kualitas produk dinilai tidak sesuai dengan yang diharapkan maka

nasabah akan mengalihkan pembeliannya pada produk perusahaan lain. Oleh karena itu, kualitas produk yang tinggi dan dapat diterima oleh konsumen akan menjadi elemen utama dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Megantara dan Melinda (2022), Wicaksono dan Sutanto (2022), Wilistyorini dan Sussanto (2022), Rohmah dan Oktapiani (2021), Manoy *et al.* (2021), Salim dan Sijabat (2021), serta Sipakoly (2019) dengan hasil penelitian kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.4.3 Pengaruh Premi Terhadap Keputusan Pembelian

Premi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena dari hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,002. Koefisien regresi bernilai positif, artinya terdapat hubungan positif antara tarif premi dan keputusan pembelian. Hal ini juga dapat dilihat dari jawaban responden yang mayoritas memberikan penilaian setuju terkait tarif premi PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro yang diukur dengan indikator tarif premi yang terjangkau, tarif premi Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) di PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro lebih terjangkau dibanding produk asuransi perusahaan lain, serta tarif premi sesuai dengan manfaat yang diperoleh nasabah. Secara keseluruhan persepsi konsumen tentang tarif premi PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro adalah baik. Hasil penelitian ini berarti mendukung hipotesis yang diajukan yaitu “Premi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian polis di PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro”.

Besarnya premi merupakan pertimbangan nasabah asuransi dalam memutuskan pembelian polis asuransi. Keberhasilan strategi penetapan premi tergantung pada pemahaman perusahaan mengenai persepsi konsumen terhadap besarnya premi yang ditetapkan. Penentuan besarnya premi yang diberikan perusahaan asuransi akan dapat menarik nasabah jika dinilai menguntungkan bagi nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasution (2020), serta Rachmawati dan Khuzaini (2019) dengan hasil penelitian premi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.4.4 Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Premi Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan premi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena dari hasil uji F menunjukkan nilai

signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Koefisien determinasi sebesar 0,822 atau 82,2% artinya persentase pengaruh kualitas produk, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 82,2% sedangkan sisanya sebesar 17,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Hasil penelitian ini berarti mendukung hipotesis yang diajukan yaitu “Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan premi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian polis di PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro”.

Proses pengambilan keputusan diawali dengan adanya kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi. Pemenuhan kebutuhan nasabah terkait dengan beberapa faktor yang mempengaruhinya sehingga perlu dilakukan evaluasi yang bertujuan untuk memperoleh alternatif terbaik dari persepsi nasabah. Nasabah memerlukan informasi yang cukup sebelum melakukan pembelian tergantung dari kebutuhan dan kepentingan nasabah serta situasi yang dihadapinya. Hasil akhir dari proses pengambilan keputusan yang dilakukan nasabah adalah suatu pilihan terbaik dari yang ada.

