

**PENGARUH PELAYANAN PROMOSI DAN SYARIAH TERHADAP
MINAT NASABAH DALAM MEMILIH ASURANSI SYARIAH
(Studi pada PT.Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I)**

**Oleh:
WIDIYA LESTARI
NIM. 11190144**



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
2015 M/ 1436 H**



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM**

**Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri Km. 3,5 PO Box. 54 Telp. 0711354663
PALEMBANG**

Formulir E. 4

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Widiya Lestari
NIM/Program Studi : 11190144/Ekonomi Islam
**Judul Skripsi : Pengaruh Pelayanan Promosi dan Syariah Terhadap
Minat Nasabah dalam Memilih Asuransi Syariah
(Studi kasus pada PT. Asuransi Takaful Keluarga
Cabang Palembang).**

Telah Diterima dalam Ujian Skripsi pada Tanggal 27 – Mei - 2015

PANITIA UJIAN SKRIPSI

Tanggal Pembimbing Utama : Prof. Dr. Duski Ibrahim, M.Ag
t.t :

Tanggal Pembimbing Kedua : Lidia Desiana, SE., M.Si.
t.t :

Tanggal Penguji Utama : Dr. H. Edyson Saifullah, Lc., MA
t.t :

Tanggal Penguji Kedua : Hj. Siti Mardiah, S.Hi., M.Sh.
t.t :

Tanggal Ketua : Armansyah Walian M.S.I
t.t :

Tanggal Sekretaris : Muhammadiyah, SE., M.Si.
t.t :



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM**

**Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri Km. 3,5 PO Box. 54 Telp. 0711354663
PALEMBANG**

Formulir D 2

Hal. : Mohon Izin Penjilidan Skripsi

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Kami menyatakan bahwa mahasiswa:

Nama : Widiya Lestari
NIM/Program Studi : 11190144/Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Pelayanan Promosi dan Syariah Terhadap
Minat Nasabah dalam Memilih Asuransi Syariah
(Studi kasus pada PT. Asuransi Takaful Keluarga
Cabang Palembang).

Telah selesai melaksanakan perbaikan skripsinya sesuai dengan arahan dan petunjuk dari penguji. Selanjutnya, kami mengizinkan mahasiswa tersebut untuk menjilid skripsinya agar dapat mengurus ijazahnya.

Demikianlah surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Penguji Utama, Palembang, Juni 2015
Penguji Kedua

Dr H. Edyson Saifullah, Lc ., MA
NIP. 19611130 200012 1 001

Hj. Siti Mardiah, S.Hi.,M.Si
NIK. 140601101302/BLU

Mengetahui,
Wakil Dekan I

Dr. Maftukhatusolikhah, M.Ag
NIP. 197509 28 200 604 2 001

RIWAYAT HIDUP

Nama : Widiya Lestari
Tempat dan Tanggal Lahir : Baturaja, 31 Oktober 1992
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Status dalam keluarga : Anak ke 2 dari 3 bersaudara
Orang Tua : Ayah : Hasdi Wahid, BA
Ibu : Nurbaya
Alamat : Jalan Patimura RT 01 No.67 Lubuk Linggau
Pendidikan :

- SD Negeri 14 Lubuk Linggau Lulus tahun 2004
- MTS Negeri Lubuk Linggau Lulus tahun 2007
- SMA Muhammadiyah 6 Palembang Lulus tahun 2010
- S1 Ekonomi Islam UIN Raden Fatah Palembang

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Masa lalu adalah panduan, masa depan adalah
arah,
dan masa kini adalah perjuangan.*

dengan tulus dan ikhlas ku persembahkan untuk:

Kedua orang tua ku tercinta

*Kakak ku tercinta (ifni faizal) dan
adek ku tercinta(furqon answullah)*

*Almamater yang selalu ku
banggakan*

ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh minat nasabah pada asuransi syariah. Pada dasarnya perusahaan asuransi dalam kegiatannya, secara terbuka mengadakan penawaran atau menawarkan suatu perlindungan atau proteksi serta harapan pada masa yang akan datang kepada individu atau kelompok-kelompok dalam masyarakat atau institusi-institusi lain. Tingkat kesadaran masyarakat Indonesia dalam berasuransi masih tergolong sangat rendah jika dibandingkan dengan kesadaran berasuransi di negara lain. Padahal kita tahu bahwa potensi pasar industri asuransi syariah untuk berkembang di Indonesia sangat besar, mengingat mayoritas (80%) penduduk Indonesia beragama Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan kuantitatif dan tehnik pengambilan sampelnya adalah acak. Instrument penelitian ini berupa kuisisioner, kemudian data yang diperoleh diolah dengan menggunakan SPSS 16.0 deskriptif dari regresi berganda serta regresi parsial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X1), Promosi (X2) dan syariah (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah (Y) dengan koefisien berganda (R) 0,166 dan signifikan 0,003 serta F hitung 5,114.

Variabel yang berpengaruh dominan terhadap minat nasabah dalam memilih PT.Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang (Y) yaitu variabel pelayanan (X1) dengan angka koefisien regresi (B) sebesar 0,474 dan nilai t hitung sebesar 2,252. kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tingkat pelayanan (X1) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap minat nasabah memilih PT.Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang (Y).

Kata kunci : Pelayanan, Promosi, Syariah dan Minat Nasabah.

TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

A. Huruf Konsonan

أ	=	'	ز	=	z	ق	=	q
ب	=	b	س	=	s	ك	=	k
ت	=	t	ش	=	sy	ل	=	l
ث	=	ś	ص	=	ṣ	م	=	m
ج	=	j	ض	=	dh	ن	=	n
ح	=	h	ط	=	ṭ	و	=	w
خ	=	kh	ظ	=	zh	ه	=	h
د	=	d	ع	=	'	ء	=	'
ذ	=	z	غ	=	gh	ي	=	y
ر	=	r	ف	=	f			

B. *Ta` Marbûthah*

1. Ta` marbûthah sukun ditulis h contoh *بِعِبَادَةٍ* ditulis *bi 'ibâdah*.
2. Ta` marbûthah sambung ditulis ṭ contoh *بِعِبَادَةِ رَبِّهِ* ditulis *bi 'ibâdat rabbih*.

C. Huruf Vokal

1. Vokal Tunggal
 - a. Fathah (---) = a
 - b. Kasrah (--) = i
 - c. Dhammah (---) = u
2. Vokal Rangkap
 - a. (اي) = ay
 - b. (ي--) = îy
 - c. (او) = aw
 - d. (و--) = ûw
3. Vokal Panjang
 - a. (l---) = â
 - b. (ي---) = î
 - c. (و--) = û

D. Kata Sandang

Penulisan *al qamarīyah* dan *al syamsīyah* menggunakan *al-*:

1. *Al qamarīyah* contohnya: ”الحمْد“ ditulis *al-hamd*
2. *Al syamsīyah* contohnya: ”النمل“ ditulis *al-naml*

E. Daftar Singkatan

H	=	Hijriyah
M	=	Masehi
h.	=	halaman
swt.	=	<i>subhānahu wa ta‘ālā</i>
saw.	=	<i>sall Allāh ‘alaih wa sallam</i>
QS.	=	al-Qur`ān Surat
HR.	=	Hadis Riwayat
terj.	=	terjemah

KATA PENGANTAR

Puji syukur marilah kita panjatkan kehadiran Allah SWT, serta shalawat dan salam semoga tetap dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga dan segenap pengikutnya hingga akhir zaman, sehingga penulis dapat menyelesaikan tepat waktu skripsi ini yang berjudul **Pengaruh Pelayanan Promosi dan Syariah terhadap minat Nasabah dalam Memilih Asuransi Syariah** (studi pada Nasabah PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang) Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah dalam rangka memenuhi persyaratan yang ditetapkan untuk mencapai gelar keserjanaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, maka sudah sepantasnyalah penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Ayahanda Hasdi Wahid BA dan Ibunda Nurbaya serta keluarga besar saya yang telah memberikan dorongan materil maupun spiritual serta do'a yang tulus sepanjang perjalanan menuntut ilmu.
2. Bapak Prof. Dr. Aflatun Muchtar, MA selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang
3. Bapak Dr. H. Edyson Saifullah, Lc, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang
4. Bapak Ulil Amri, Lc. M.HI, selaku Ketua Program Studi S1 Ekonomi Islam.
5. Bapak Prof.Dr.Duski Ibrahim, M.Ag selaku Pembimbing Utama, terima kasih atas bimbingan dan motivasinya

6. Ibu Lidia Desiana, SE M.Si selaku Pembimbing Kedua yang telah rela meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan petunjuk hingga selesai skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang
8. Pihak PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang terutama Bapak Ardandi,SE Ketua PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian dan memberikan data-data yang dibutuhkan.
9. Sahabat -sahabat seperjuangan di Ekonomi Islam angkatan 2011 UIN Raden Fatah Palembang, yang selalu memberikan motivasi dan semangat terutama
10. Saudara-saudara ku darima haziroh, selva wahnida, rati dwi putri yang selama ini memberikan dukungan secara moril dan spiritual sehingga skripsi ini selesai tepat waktunya.

Semoga bimbingan dan bantuan yang telah diberikan kepada kami, dapat beranfaat dan mendapatkan pahala dari allah SWT. Saran dan kritik yang membangun sangat harapan agar menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin

Palembang, Mei 2015

Penulis

Widiya Lestari
Nim. 11190144

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
ABSTRAK	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	7

BAB II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Konsep Penelitian Terdahulu.....	9
B. Landasan Teori	20
C. Kerangka Berpikir	36
D. Pengembangan Hipotesis	37

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Setting Penelitian	40
B. Desain Penelitian	40
C. Jenis Dan Sumber Penelitian	
1. Jenis Penelitian	42
2. Sumber Penelitian	42
D. Populasi Dan Sampel Penelitian	42
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Variabel-variabel Penelitian	45
G. Instrumen Penelitian	
1. Uji Validitas Instrumen	47
2. Uji Reliabilitas	47
H. Teknik Analisis Data	48

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	52
B. Karakteristik Responden	
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	60
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	60
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	61
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	62
C. Analisis Data	
1. Uji Validitas	63
2. Uji Reliabilitas	65
D. Uji Estimasi Parameter dan Pengujian Hipotesis	
1. Uji Estimasi	66
2. Hasil Pengujian Hipotesis	72
E. Pembahasan Hasil Penelitian	76

BAB V. KESIMPULAN

A. Kesimpulan	77
B. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	78

DAFTAR PUSTAKA	79
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN	82
--------------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 : Hasil Penelitian Terdahulu	9
TABEL 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
TABEL 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	60
TABEL 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat pendidikan	60
TABEL 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	61
TABEL 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	62
TABEL 4.6 : Hasil Uji Validitas.....	63
TABEL 4.7 : Hasil Uji Reliabilitas	65
TABEL 4.8 : Hasil Uji Normalitas.....	66
TABEL 4.9: Hasil Uji Multikoloneritas.....	67
TABEL 4.10 : Hasil Uji Autokolerasi	68
TABEL 4.11 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda	70
TABEL 4.12 : Hasil Uji Simultan	72
TABEL 4.13: Hasil Koefisien Determinasi (R Square).....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	
37	
Gambar 4.1 Uji Heteroskedesisitas	
69	

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap orang dalam hidupnya selalu dihadapkan pada peristiwa yang tidak terduga akan terjadi, yang dapat menimbulkan kerugian-kerugian baik bagi perorangan maupun perusahaan, sehingga banyak orang ingin mengelak dari risiko dengan alasan selalu ingin aman dan hidup tentram. Kemanapun mengelak dari risiko, maka disitupun akan menemukan resiko yang lainnya. Risiko merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan kehidupan, karena segala aktivitas pasti mengandung risiko. Risiko merupakan kemungkinan terjadinya suatu kerugian yang tidak diduga atau tidak diinginkan. Jadi merupakan ketidakpastian atau kemungkinan terjadinya sesuatu, yang apabila terjadi mengakibatkan kerugian.¹

Manusia tidak dapat mengetahui apa yang akan ia perbuat esok hari, dan manusia pun tidak mengetahui di bumi mana ia meninggal dunia. Manusia setiap waktu dihadapkan dengan sederet bahaya yang mengancam jiwa, harta, kehormatan, agama, dan tanah airnya. Manusia juga dihadapkan dengan beragam resiko kecelakaan, mulai dari kecelakaan transportasi udara, kapal hingga angkutan darat dengan beragam jenisnya, ditambah kecelakaan kerja, kebakaran, perampokan, pencurian, sakit hingga kematian. Belum lagi ditambah dengan ancaman mental, seperti kegelisahan mental, ancaman globalisasi ekonomi, dan lain sebagainya.²

¹ Soeismo Djojosoedarso, *Prinsip-Prinsip Manajemen Risiko dan Asuransi*, Jakarta: Salemba Empat, 2003, hlm. 2.

² Husain Syahatah, "*Asuransi Dalam Perspektif Syariah*", Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2006, hlm. 01.

Usaha dan upaya manusia untuk menghindari risikonya dilakukan dengan cara melimpahkannya kepada pihak lain, maka pilihan yang paling tepat terdapat pada institusi yang bernama asuransi. Tingkat kesadaran masyarakat Indonesia dalam berasuransi masih tergolong sangat rendah jika dibandingkan dengan kesadaran berasuransi di asuransi lain. Penilaian ini terutama jika dilihat dari sudut pandang tingkat penetrasi industri untuk pasar nasional nasabah individual. Hal ini menyebabkan perkembangan industri asuransi di Indonesia, khususnya asuransi syariah belum begitu signifikan. Padahal kita tahu bahwa potensi pasar industri asuransi syariah untuk berkembang di Indonesia sangat besar, mengingat mayoritas (80%) penduduk Indonesia beragama Islam.³

Pada dasarnya perusahaan asuransi dalam kegiatannya, secara terbuka mengadakan penawaran atau menawarkan suatu perlindungan atau proteksi serta harapan pada masa yang akan datang kepada individu atau kelompok-kelompok dalam masyarakat atau institusi-institusi lain, atas kemungkinan menderita kerugian lebih lanjut karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak tertentu atau belum pasti. Disamping itu, perusahaan asuransi juga memberikan jaminan atas terpenuhinya pendapatan seseorang, karena tempat dimana yang bersangkutan bekerja tetap terjamin kelangsungan kehidupannya. Dengan demikian dapat dikatakan kehadiran perusahaan asuransi dalam masyarakat itu jauh lebih bermanfaat bagi semua pihak dibandingkan dengan ketidakhadirannya.⁴

Asuransi dalam konteks perusahaan syariah secara umum sebenarnya tidak jauh berbeda dengan asuransi konvensional. Diantara keduanya baik asuransi

³ Alvernia Kurniartha " *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam berasuransi dan peluangnya untuk memilih Asuransi Syariah*" tesis Universitas Indonesia Ekonomi dan Keuangan Syariah 2007, hlm 45.

⁴ Sri Rejeki Hartono, *Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.hlm 7

konvensional maupun syariah mempunyai persamaan yakni perusahaan asuransi hanya berfungsi sebagai fasilitator hubungan struktural antara peserta penyeter premi (penanggung) dengan peserta penerima (tertanggung). Secara umum asuransi islam atau sering diistilahkan takaful, islamic insurance dapat digambarkan sebagai asuransi yang prinsip operasionalnya didasarkan pada syariat islam yang mengacu kepada al-Quran, Hadist dan Sunnah.⁵

Keberhasilan sistem dalam asuransi syariah hingga sekarang ini karena didukung oleh kualitas dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Oleh sebab itu faktor-faktor pengambilan keputusan dari nasabah dalam menggunakan asuransi syariah sangat penting diperhatikan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut. Diminati atau tidaknya suatu lembaga dapat diketahui dengan faktor-faktor yang sifatnya psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap dan selera. Bukan hanya faktor psikologis saja, ada banyak faktor yang mendorong masyarakat untuk memilih asuransi syariah. Faktor-faktor masyarakat dalam menggunakan jasa layanan asuransi adalah pendapatan, produk, lokasi, pelayanan, dan promosi.⁶ Termasuk juga didalamnya *religius stimuli* yang merupakan faktor pengetahuan dan pengamalan keberagaman yang mendorong seseorang untuk memilih asuransi syariah.

Faktor lain yang mendorong seseorang berminat menjadi nasabah pada sebuah asuransi adalah reputasi. Suatu lembaga yang mempunyai reputasi yang baik akan dipercaya oleh nasabahnya. Sebuah lembaga dipandang mempunyai reputasi apabila lembaga itu diakui dan dipercaya sebagai perusahaan jasa dengan nama baiknya di mata masyarakat. Mekanisme dalam sebuah lembaga syariah

⁵ Rina Antasari, *Hukum Ekonomi Perbankan*, (Palembang IAIN Raden Fatah Press Anggota IKAPI, 2007), hlm 240

⁶ Moch Darsyah Sinungan, *Manajemen Dana asuransi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), hlm

dengan menggunakan system *Profit sharing* (bagi hasil), nampaknya menjadi salah satu alternatif bagi nasabah untuk berinvestasi.

Dalam menjalankan usahanya, perusahaan asuransi syariah masih menggunakan pedoman yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 21/DSN-MUI/X/2001. tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah. Fatwa tersebut dikeluarkan karena regulasi yang ada tidak dapat dijadikan pedoman untuk menjalankan asuransi syariah. Fatwa dari Dewan Syariah Nasional MUI tidak mempunyai kekuatan hukum dalam hokum nasional karena tidak termasuk dalam jenis peraturan perundang-undangan di Indonesia.⁷

Alvernia Kurniartha (2007) Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam berasuransi dan peluangnya untuk memilih asuransi syariah bahwa peluang responden untuk memilih asuransi syariah adalah sebesar 61,8 %. Dan kelompok masyarakat yang potensial untuk memilih asuransi syariah adalah kelompok masyarakat yang tingkat kebutuhannya akan asuransi tinggi dan sangat peduli terhadap sistem syariah. Damayanti Maysaroh (2014) Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Bahwa berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Variabel yang paling berpengaruh adalah promosi dan pengaruh terkecil terdapat pada psikologi. Yayan Fauzi (2010) Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menabung di Perbankan Syariah (kasus pada Bank BNI Syariah kantor Cabang Yogyakarta Bahwa variabel kualitas pelayanan, nisbah bagi hasil, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah menabung di Bank BNI Syariah kantor Cabang Yogyakarta dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap nasabah menabung di Bank BNI Syariah kantor Cabang Yogyakarta.

⁷ *Fatwa-Fatwa Dewan Syariah Nasional Nasional MUI revisi 2006*

Dari hasil penelitian terdahulu terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi minat nasabah diantaranya variabel yang paling dominan yaitu variabel pelayanan, variabel promosi dan variabel syariah.

Variabel pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat, andal dapat dipercaya, bertanggung jawab atas apa yang dijanjikan, tidak pernah memberikan janji yang berlebihan dan selalu memberikan janjinya. Promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Pengertian syariah adalah menetapkan norma-norma hukum untuk menata kehidupan manusia baik dalam hubungannya dengan Tuhan maupun dengan umat manusia lainnya

Dengan memperhatikan latar belakang diatas, terdapat perbedaan hasil-hasil penelitian yang menjadi fenomena tersendiri bagi peneliti untuk memilih judul **”PENGARUH PELAYANAN PROMOSI DAN SYARIAH TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MEMILIH ASURANSI SYARIAH** (Studi kasus pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada di atas dapat di ambil suatu perumusan masalah yaitu:

1. Apakah faktor-faktor Pelayanan, Promosi, Syariah berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih asuransi Syariah di PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang ?

2. Dari faktor Pelayanan, Promosi dan Syariah faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah dalam memilih asuransi syariah di PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga cabang Palembang.

1. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh Pelayanan, Promosi dan Syariah terhadap minat nasabah dalam memilih asuransi syariah di PT. Asuransi Takaful keluarga cabang Palembang.
2. Untuk mengetahui Dari faktor Pelayanan, Promosi dan Syariah faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah dalam memilih asuransi syariah di PT. Asuransi takaful keluarga cabang Palembang.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi penulis

Untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama mengikuti masa perkuliahan dan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program studi sarjana ekonomi islam.UIN Raden Fatah Palembang

- b. Bagi UIN Raden Fatah Palembang

Dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran Bagi akademisi Sebagai bahan informasi dalam penelitian selanjutnya dan sumber informasi untuk pihak-pihak yang berkepentingan.

c. Bagi Objek penelitian

Bagi pihak PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang, penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan untuk memajukan perusahaan tersebut.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan ini menunjukkan mata rantai pembahasan dari awal hingga akhir, terdiri dari lima bagian yang kami susun secara sistematis dengan perincian bab demi bab sehingga lebih mudah untuk dipahami.

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan, Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pada bab ini dijelaskan mengenai, Kajian Penelitian terdahulu, Pengertian Asuransi Syariah, dan Dasar Hukum Asuransi Syariah, Prinsip-prinsip Asuransi Syariah, Pengertian Minat, Faktor-Faktor Minat Nasabah dan Pengembangan Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai Setting Penelitian, Desain Penelitian, Jenis dan Sumber Data Penelitian, Populasi dan Sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel- variabel penelitian, Instrumen Penelitian, serta Teknik Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai Gambaran umum Obyek Penelitian, Karakteristik Responden, Analisis data, dan interpretasi hasil sesuai dengan teknik analisis yang digunakan, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN

Pada bab ini berisi tentang Kesimpulan dari penelitian, Keterbatasan penelitian, serta saran-saran untuk peneliti selanjutnya.

BAB II
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Kajian Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Rekapitulasi Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (tahun)	Judul Penelitian	Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Dessi Natalia (2014)	Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah menabung di Bank BRI Syariah Cabang Palembang	Deskriptif dan Kuantitatif	Bahwa Pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa perusahaan merupakan bagian dari perilaku konsumen. Pengambilan keputusan nasabah dalam menabung di Bank BRI Syariah Cabang Palembang di pengaruhi berbagai macam faktor. Beberapa faktor diantaranya adalah faktor promosi, faktor agama dan produk.
2	Yayan fauzi (2010)	Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menabung di perbankan syariah (kasus pada Bank BNI Syariah kantor	Kuantitatif	Bahwa variabel kualitas pelayanan, nisbah bagi hasil, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah menabung di Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta dan religiusitas tidak

		Cabang Yogyakarta)		berpengaruh terhadap nasabah menabung di Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta. Hasil pengujian ini menghasilkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,535 yang berarti kualitas pelayanan, nisbah bagi hasil, kualitas produk dan religiusitas dapat menjelaskan variabilitas nasabah menabung di Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta 53,5%. Sedangkan sisanya 46.5% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain yang tidak diteliti oleh penyusun.
3	Hendi Irawan (2009)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memutuskan menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang	Deskriptif dengan menggunakan pendekatan Kuantitatif	Bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi (X1), variabel belajar (X2), variabel sikap (X3), variabel persepsi (X4), variabel tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis (X5), secara bersama-sama mempunyai hubungan

				dan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. bahwa variabel tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis (X5) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Y)
4	Alvernia Kurniart ha (2007)	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam berasuransi dan peluangnya untuk memilih Asuransi Syariah	Deskriptif dan kuantitatif	Bahwa peluang responden untuk memilih asuransi syariah adalah sebesar 61,8 %. Dan kelompok masyarakat yang potensial untuk memilih asuransi syariah adalah kelompok masyarakat yang tingkat kebutuhannya akan asuransi tinggi dan sangat peduli terhadap sistem syariah.
5	Muhamad Warman	Faktor-faktor yang mempengaruhi	Deskriptif kuantitatif	Bahwa faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menabung pada

	(2012)	konsumen untuk menabung pada Bank syari'ah (Bank sumselBabel Cabang Syari'ah Palembang)		Bank syari'ah yang dilihat dari faktor psikologis yang meliputi motivasi, belajar, sikap, persepsi, serta tingkat keuntungan dan bisnis.hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan antara faktor psikologi dengan variabel keputusan konsumen pada Bank SumselBabel Syariah Palembang, dengan hasil koefisien kolerasi adalah 0,622 variabel faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menabung pada Bank SumselBabel Syariah Palembang
6	Triana Agus Gozali (2010)	Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan beli jasa Asuransi Takaful Dana Pendidikan (studi kasus pada nasabah PT Asuransi	Kuantitatif	Bahwa variabel motivasi, kelas sosial, dan pelayanan berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan beli jasa Asuransi Takaful Dana Pendidikan pada PT. Asuransi Keluarga Cabang Yogyakarta.

		Takaful Keluarga Cabang Yogyakarta)		
7	Damaya nti Maysaroh (2014)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah	Kuantitatif	Bahwa Dari R^2 variabel independen berpengaruh sebesar 55,4% terhadap keputusan nasabah. Hasil penelitian dengan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa budaya (X_3), psikologi (X_4), lokasi (X_5), dan promosi (X_9) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Variabel yang paling berpengaruh adalah promosi dan pengaruh terkecil terdapat pada psikologi.
8	M. Taufik Reza A.F (2012)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Mega Tbk Cabang Makassar	Deskriptif kuantitatif	Bahwa secara parsial antara keunggulan produk dengan kepuasan nasabah dapat dikatakan berpengaruh secara signifikan dan positif, sedangkan rasa percaya dan pelayanan setelah diuji secara parsial dapat dikatakan berpengaruh positif dan signifikan.

				Variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah pelayanan. Alasannya karena nilai <i>standardized coefficient</i> lebih besar jika dibandingkan dengan variabel keunggulan produk dan rasa percaya
9	Sukron (2012)	Faktor yang mempengaruhi minat nasabah non Muslim menjadi nasabah di Bank BNI syariah Cabang Semarang	kuantitatif	Bahwa pengaruh faktor minat dari urutan yang berpengaruh terbesar sampai yang terkecil adalah lokasi sebesar 28%, reputasi sebesar 20.3%, <i>profit sharing</i> sebesar 15.1%, pelayanan sebesar 13%, promosi sebesar 12.4%, dan <i>religius stimuli</i> sebesar 10.2%. artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor minat nasabah non muslim terhadap Bank BNI Syariah Cabang Semarang.
10	Lilis yulianti (2011)	Faktor-faktor Yang mempengaruhi	kuantitatif	Bahwa risiko investasi dan atribut produk islami berpengaruh positif

		Minat masyarakat berinvestasi Sukuk .		terhadap minat masyarakat untuk berinvestasi, hal ini terbukti dari hasil uji statistiknya, secara Uji F maupun uji T. Adapun daya tarik yang dimiliki BSM menurut investor adalah alasan investor memilih BSM dibandingkan agen yang lain karena kinerja pegawai BSM yang profesional serta pelaksanaan operasionalnya sesuai syariah.
--	--	---------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Tabel diatas menjelaskan bahwa penelitian yang dilakukan oleh Dessi Natalia (2014) dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah menabung di Bank BRI Syariah cabang Palembang menyatakan Pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa perusahaan merupakan bagian dari perilaku konsumen. Pengambilan keputusan nasabah dalam menabung di Bank BRI Syariah Cabang Palembang di pengaruhi berbagai macam faktor. Beberapa faktor diantaranya adalah faktor promosi, faktor agama dan produk. Perbedaan nya terletak pada variabel penelitiannya, dimana penelitian terdahulu menggunakan 3 variabel yaitu faktor promosi, agama, produk sedangkan penulis menggunakan faktor pelayanan, promosi dan syariah dan

tempat penelitian dimana penelitian terdahulu di Bank BRI Syariah cabang Palembang sedangkan penulis di asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang.⁸

Yayan Fauzi (2010) “Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menabung di perbankan syariah (kasus pada bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta) menyatakan Bahwa variabel kualitas pelayanan, nisbah bagi hasil, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah menabung di Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap nasabah menabung di Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta. Hasil pengujian ini menghasilkan koefisien determinasi (R²) sebesar 0,535 yang berarti kualitas pelayanan, nisbah bagi hasil, kualitas produk dan religiusitas dapat menjelaskan variabilitas nasabah menabung di Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta 53,5%. Sedangkan sisanya 46,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain yang tidak diteliti oleh penyusun. Perbedaan nya terletak pada variabel penelitiannya, dimana penelitian terdahulu menggunakan 4 variabel yaitu pelayanan, nisbah bagi hasil, kualitas produk dan religiusitas. Sedangkan peneliti menggunakan 3 variabel yaitu pelayanan, promosi dan syariah. penelitian terdahulu meneliti di Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta sedangkan saya meneliti di Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang.⁹

Hendi Irawan (2009) “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memutuskan menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang” Bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi (X1), variabel belajar (X2), variabel sikap (X3), variabel persepsi (X4), variabel tingkat

⁸ Dessi Natalia, faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah menabung di Bank BRI Syariah cabang Palembang. Skripsi, (Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah,2014), (tidak diterbitkan).

⁹ Yayan Fauzi , Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menabung di perbankan syariah (kasus pada bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta), Skripsi, (Yogyakarta: Fakultas Syariah Universitas IslamNegeri Sunan Kalijaga.2010) akses 03 februari 2015.

keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis (X5), secara bersama-sama mempunyai hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. bahwa variabel tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis (X5) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Y). Perbedaan nya terletak pada variabel penelitiannya, dimana penelitian terdahulu menggunakan 5 variabel yaitu motivasi, belajar, sikap, persepsi, tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis. Sedangkan peneliti menggunakan 3 variabel yaitu pelayanan, promosi dan syariah. penelitian terdahulu meneliti di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sedangkan saya meneliti di Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang.¹⁰

Alvernia Kurniartha (2007) “Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam berasuransi dan peluangnya untuk memilih Asuransi Syariah” Bahwa peluang responden untuk memilih asuransi syariah adalah sebesar 61,8 %. Dan kelompok masyarakat yang potensial untuk memilih asuransi syariah adalah kelompok masyarakat yang tingkat kebutuhannya akan asuransi tinggi dan sangat peduli terhadap sistem syariah. Perbedaan nya terletak pada variabel penelitiannya, dimana penelitian terdahulu menggunakan 5 variabel yaitu faktor kebutuhan akan asuransi, faktor kepercayaan terhadap asuransi, faktor syariah, faktor ekonomis dan faktor produk.. Sedangkan peneliti menggunakan 3 variabel yaitu pelayanan, promosi dan syariah. penelitian terdahulu meneliti di Asuransi

¹⁰ Hendi Irawan, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memutuskan menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Skripsi, (Malang, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri, 2009) akses 04 Februari 2015.

Syariah sedangkan saya meneliti di Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang.¹¹

Muhammad Warman (2012) “Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk menabung pada Bank syari’ah (Bank sumselBabel Cabang Syari’ah Palembang)” Bahwa faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menabung pada Bank syari’ah yang dilihat dari faktor psikologis yang meliputi motivasi, belajar, sikap, persepsi, serta tingkat keuntungan dan bisnis. hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan antara faktor psikologi dengan variabel keputusan konsumen pada Bank SumselBabel Syariah Palembang, dengan hasil koefisien kolerasi adalah 0,622 variabel faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menabung pada Bank SumselBabel Syariah Palembang. Perbedaan nya terletak pada variabel penelitiannya, dimana penelitian terdahulu menggunakan 5 variabel yaitu motivasi, belajar, sikap, persepsi, tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis. Sedangkan peneliti menggunakan 3 variabel yaitu pelayanan, promosi dan syariah. Penelitian terdahulu meneliti di Bank SumselBabel Syariah Palembang. sedangkan saya meneliti di Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang.¹²

Triana Agus Gozali (2010)”Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan beli jasa Asuransi Takaful Dana Pendidikan (studi kasus pada nasabah PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Yogyakarta)” Bahwa variabel motivasi, kelas sosial, dan pelayanan berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan beli jasa Asuransi Takaful Dana Pendidikan pada PT. Asuransi Keluarga Cabang

¹¹ Alvernia Kurniartha, Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam berasuransi dan peluangnya untuk memilih Asuransi Syariah, Tesis (Jakarta, Fakultas Pascasarjana Universitas Indonesia, 2007) akses 05 february 2015.

¹² Muhammad Warman, Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk menabung pada Bank syari’ah (Bank sumselBabel Cabang Syari’ah Palembang) Skripsi (Palembang, Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri, 2012) tidak diterbitkan .

Yogyakarta. Perbedaannya terletak pada variabel penelitiannya, dimana penelitian terdahulu menggunakan 3 variabel yaitu motivasi, kelas sosial dan pelayanan Sedangkan peneliti menggunakan 3 variabel yaitu pelayanan, promosi dan syariah. Penelitian terdahulu meneliti di PT. Asuransi Takaful keluarga Cabang Yogyakarta, sedangkan saya meneliti di PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang.¹³

Damayanti Maysaroh (2014) "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah" Bahwa Dari R^2 variabel independen berpengaruh sebesar 55,4% terhadap keputusan nasabah. Hasil penelitian dengan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa budaya (X_3), psikologi (X_4), lokasi (X_5), dan promosi (X_9) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Variabel yang paling berpengaruh adalah promosi dan pengaruh terkecil terdapat pada psikologi. Perbedaannya terletak pada variabel penelitiannya, dimana penelitian terdahulu menggunakan 9 variabel yaitu sosial, pribadi, budaya, psikologi, lokasi, produk, pelayanan, fasilitas, promosi. Sedangkan peneliti menggunakan 3 variabel yaitu pelayanan, promosi dan syariah. Penelitian terdahulu meneliti di Bank Syariah. sedangkan saya meneliti di PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang.¹⁴

M. Taufik Reza A.F (2012) " Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Mega Tbk Cabang Makassar" Bahwa secara parsial antara keunggulan produk dengan kepuasan nasabah dapat dikatakan

¹³ Triana Agus Gozali, Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan beli jasa Asuransi Takaful Dana Pendidikan (studi kasus pada nasabah PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Yogyakarta) Skripsi (Yogyakarta, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2010) akses 06 februari 2015.

¹⁴ Damayanti Maysaroh, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah, Skripsi (Yogyakarta, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014) akses 07 februari 2015

berpengaruh secara signifikan dan positif, sedangkan rasa percaya dan pelayanan setelah diuji secara parsial dapat dikatakan berpengaruh positif dan signifikan. Variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah pelayanan. Alasannya karena nilai *standardized coefficient* lebih besar jika dibandingkan dengan variabel keunggulan produk dan rasa percaya. Perbedaannya terletak pada variabel penelitiannya, dimana penelitian terdahulu menggunakan 3 variabel yaitu keunggulan produk, rasa percaya, pelayanan. Sedangkan peneliti menggunakan 3 variabel yaitu pelayanan, promosi dan syariah. Penelitian terdahulu meneliti di Bank Mega Tbk Cabang Makassar sedangkan saya meneliti di Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang.¹⁵

Sukron (2012) ” Faktor yang mempengaruhi minat nasabah non Muslim menjadi nasabah di Bank BNI syariah Cabang Semarang ” Bahwa pengaruh faktor minat dari urutan yang berpengaruh terbesar sampai yang terkecil adalah lokasi sebesar 28%, reputasi sebesar 20.3%, *profit sharing* sebesar 15.1%, pelayanan sebesar 13%, promosi sebesar 12.4%, dan *religius stimuli* sebesar 10.2%. artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor minat nasabah non muslim terhadap Bank BNI Syariah Cabang Semarang. Perbedaannya terletak pada variabel penelitiannya, dimana penelitian terdahulu menggunakan 6 variabel yaitu lokasi, reputasi, profit sharing, pelayanan promosi dan religius stimuli . Sedangkan peneliti menggunakan 3 variabel yaitu pelayanan, promosi dan

¹⁵ M. Taufik Reza A.F, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Mega Tbk Cabang Makassar, Skripsi (Makasar, Fakultas Manajemen Universitas Hasanuddin, 2012) akses 08 Februari 2015.

syariah. Penelitian terdahulu meneliti di Bank BNI Syariah Cabang Semarang sedangkan saya meneliti di Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang.¹⁶

Lilis yulianti (2011) “Faktor-faktor Yang mempengaruhi Minat masyarakat berinvestasi Sukuk” bahwa risiko investasi dan atribut produk islami berpengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk berinvestasi, hal ini terbukti dari hasil uji statistiknya, secara Uji F maupun uji T. Adapun daya tarik yang dimiliki BSM menurut investor adalah alasan investor memilih BSM dibandingkan agen yang lain karena kinerja pegawai BSM yang profesional serta pelaksanaan operasionalnya sesuai syariah. Perbedaannya terletak pada variabel penelitiannya, dimana penelitian terdahulu menggunakan 4 variabel yaitu investasi, minat, sukuk, atribut produk islami, Sedangkan peneliti menggunakan 3 variabel yaitu pelayanan, promosi dan syariah. Penelitian terdahulu meneliti di Bank Syariah Mandiri cabang Jember sedangkan saya meneliti di Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang.¹⁷

B. Landasan Teori

1. Asuransi syariah

Pengertian asuransi syariah

Dalam bahasa Belanda kata asuransi disebut *Assurantie* yang terdiri dari kata “*assurateur*” yang berarti penanggung dan “*geassurance*” yang berarti bertanggung. Kemudian dalam bahasa Prancis disebut “*Assurance*” yang berarti menanggung sesuatu yang pasti terjadi. Sedangkan dalam bahasa Latin disebut “*Assecurare*” yang berarti meyakinkan orang. Selanjutnya bahasa Inggris kata

¹⁶ Sukron, Faktor yang mempengaruhi minat nasabah non Muslim menjadi nasabah di Bank BNI syariah Cabang Semarang, Skripsi (Semarang Institut Agama Islam Negeri Walisongo, 2012) akses 08 Februari 2015

¹⁷ Lilis yulianti, Faktor-faktor Yang mempengaruhi Minat masyarakat berinvestasi Sukuk, Jurnal (Universitas Jember, 2011) akses 08 februari 2015.

asuransi disebut “*Insurance*” yang berarti menanggung sesuatu yang mungkin atau tidak mungkin terjadi dan “*Assurance*” yang berarti menanggung sesuatu yang pasti terjadi.¹⁸

Secara etimologi Asuransi dalam bahasa Arab disebut *at-ta'min*, penanggung disebut *mu'ammin*, sedangkan tertanggung disebut *mu'ammannah lahu* atau *musta'min*. Sedangkan *at-ta'min* diambil dari kata *amana*, karena memiliki arti memberi perlindungan, ketenangan, rasa aman, dan bebas dari rasa takut.¹⁹ Adapun istilah lain yang sering digunakan untuk asuransi syariah adalah *takaful*. Dalam etimologi bahasa Arab disebut *takaful* yang berasal dari akar kata *takafala-yatakafalu*, yang berarti menjamin atau menanggung. Dalam ilmu tashrif atau sharraf, *takaful* juga termasuk dalam barisan *bina muta'aadi*, yaitu *tafaa'ala* yang berarti saling menanggung. Sementara lainnya mengartikan dengan makna saling menjamin.²⁰

Secara terminologi Asuransi Syariah (*Ta'min, Takaful, Tadhamu*) menurut DSN-MUI (Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia) adalah usaha melindungi dan tolong menolong di antara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.²¹

Adapun pengertian Asuransi menurut KUHD (Kitab Undang-Undang Hukum Dagang) pasal 246 adalah, “Asuransi atau pertanggungan adalah suatu

¹⁸ Kasmir. *Bank dan lembaga keuangan lainnya*.(Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 260

¹⁹ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah*, cet. ke-1, (Jakarta: Gema Insani, 2004), hlm. 28.

²⁰ Ahmad Warson Munawwir, *Kamus Al Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap*, (Yogyakarta: Pustaka Progressif, 1997), hlm. 1220.

²¹ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah*, cet. ke-1, (Jakarta: Gema Insani, 2004), hlm. 30.

perjanjian, yang mana seorang penanggung mengikatkan diri pada tertanggung dengan menerima suatu premi, untuk memberi penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tak tentu”.

Jadi Asuransi dalam perspektif penulis adalah sebuah lembaga atau perusahaan yang melakukan usaha pertanggung terhadap risiko yang akan dihadapi oleh nasabahnya. Asuransi juga merupakan suatu perjanjian antara tertanggung atau nasabah dengan penanggung atau perusahaan asuransi yang mana pihak penanggung bersedia menanggung sejumlah kerugian yang mungkin timbul dimasa yang akan datang setelah tertanggung menyepakati pembayaran uang yang disebut dengan premi.

Asuransi syariah dalam pengertian muamalat mengandung arti yaitu saling menanggung risiko di antara sesama manusia sehingga di antara satu dengan lainnya menjadi penanggung atau risiko masing-masing. Dengan demikian, gagasan mengenai asuransi syariah berkaitan dengan unsur saling menanggung risiko di antara para peserta asuransi, di mana peserta yang satu menjadi penanggung peserta yang lainnya.

Asuransi syariah merupakan salah satu jenis lembaga keuangan syariah non bank. Asuransi syariah juga memiliki kesamaan fungsi dengan lembaga keuangan syariah non bank lainnya, yakni untuk memperoleh keuntungan dari hasil investasi dana yang dikumpulkan dari peserta asuransi. Cara pembagian keuntungan pengelolaan dana peserta asuransi dilakukan dengan prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*). Dalam hal ini perusahaan asuransi bertindak sebagai pihak pengelola dana (*mudharib*) yang menerima pembayaran dari peserta asuransi untuk dikelola dan diinvestasikan sesuai dengan prinsip syariah (bagi

hasil). Sedangkan peserta asuransi bertindak sebagai pemilik dana (*shahibulmaal*) yang akan memperoleh manfaat jasa perlindungan, penjaminan dan bagi hasil dari perusahaan asuransi.²²

Dalam asuransi syariah, istilah tertanggung dan penanggung tidak relevan lagi jika dipandang sebagai pihak yang berbeda. Dalam kepesertaan asuransi syariah, baik tertanggung maupun penanggung adalah sesama peserta itu sendiri. Proses hubungan peserta dan perusahaan dalam mekanisme pertanggung pada asuransi syariah adalah saling menanggung resiko (*sharingof risk*). Apabila terjadi musibah, maka semua peserta asuransi syariah saling menanggung. Dengan demikian tidak terjadi transfer resiko dari peserta ke perusahaan, karena prakteknya kontribusi (premi) yang dibayarkan oleh peserta tidak terjadi yang disebut *transfer of fund*, status kepemilikan dana tersebut tetap melekat pada peserta sebagai *shahibul mal*, misalnya ayat 2 surat Al Ma'idah yang memerintahkan untuk saling menolong dalam perbuatan yang positif.²³

Berdasarkan definisi tersebut, maka dalam asuransi terkandung 4 unsur, yaitu :

1. Pihak tertanggung (*insured*) yang berjanji untuk membayar uang premi kepada pihak penanggung, sekaligus atau secara berangsur-angsur.
2. Pihak penanggung (*insure*) yang berjanji akan membayar sejumlah uang (santunan) kepada pihak tertanggung, sekaligus atau secara berangsur-angsur apabila terjadi sesuatu yang mengandung unsur tak tertentu.
3. Suatu peristiwa (*accident*) yang tak tentu (tidak diketahui sebelumnya).

²² Hendi Suhendi, Deni K. Yusup, *Asuransi Takafuldari Teoritis ke Praktis*, (Bandung: Mimbar Pustaka, 2005), hlm. 9

²³ Agus Edi Sumanto, dkk., *Solusi Berasuransi: Lebih Indah dengan Syariah*, (Bandung: PT. Salamadani Pustaka Semesta, 2009), Cet.1, hlm. 7

4. Kepentingan (interest) yang mungkin akan mengalami kerugian karena peristiwa yang tak tertentu.

2. Landasan Asuransi Syariah

Landasan dasar asuransi syariah adalah sumber dari pengambilan hukum praktik asuransi syariah. Karena sejak awal asuransi syariah dimaknai sebagai wujud dari bisnis pertanggunganan yang didasarkan pada nilai-nilai yang ada dalam ajaran islam, yaitu Al-qur'an dan Sunnah Rasul, maka landasan yang dipakai dalam hal ini tidak jauh berbeda dengan metodologi yang dipakai oleh sebagian ahli hukum Islam.²⁴

Kebanyakan ulama (*jumhur*) memakai metodologi konvensional dalam mencari landasan syariah (*al-asas al-syar'iyah*) dari suatu pokok masalah (*subject matter*). Pada kesempatan kali ini, landasan yang digunakan dalam memberi nilai legalisasi dalam praktik bisnis asuransi syariah adalah: Al-Qur'an, dan Sunnah Nabi.

a. Al-Qur'an,

QS. al-Maidah : 2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢٥﴾

b. As-Sunnah HR Bukhari dan Muslim

Artinya : “Diriwayatkan dari Abu Musa ra. Ia berkata bahwa Rasulullah SAW bersabda: “ Seorang mukmin terhadap mukmin yang lain adalah seperti sebuah bangunan di mana sebagiannya menguatkan sebagian yang lain.”²⁶

²⁴ AM. Hasan Ali, *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam*, (Jakarta: Kencana,2004), cet. 1,hlm. 10

²⁵ QS. Al- Maidah : 2 “Tolong-menolonglah kamu kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.

²⁶ Muhammad bin Ismail Abu ,Abdallah Al-Bukhari Al-Ja’fi, *Shahih Bukhari*, (Beirut: Daaribn Katsir, 1987), V.1, hlm.182

3. Prinsip-Prinsip Dasar Asuransi Syariah

Prinsip dalam Asuransi Syariah adalah Ta'awanu 'ala al birr wa al taqwa (tolong-menolonglah kamu dalam kebaikan dan takwa) dan atta'min (rasa aman)²⁷ Prinsip ini menjadikan peserta asuransi sebagai sebuah keluarga besar yang satu dengan lainnya saling menjamin dan menanggung risiko. Hal ini disebabkan transaksi yang dibuat dalam asuransi Syariah / takaful adalah akad takafuli (saling menanggung), bukan akad tabaduli (saling menukar) yang selama ini digunakan oleh asuransi konvensional, yaitu pertukaran pembayaran premi dengan uang pertanggungan.

Asuransi Syariah/Takaful ditegakkan atas tiga prinsip utama, yaitu:

- 1) Saling bertanggung jawab, yang berarti para peserta asuransi takaful memiliki rasa tanggung jawab bersama untuk membantu dan menolong peserta lain yang mengalami musibah atau kerugian dengan niat ikhlas, karena memikul tanggung jawab dengan niat ikhlas adalah ibadah. Hal ini dapat diperhatikan dari hadits-hadits berikut :

Artinya : “ Seorang mukmin dengan mukmin yang lain (dalam suatu masyarakat) seperti sebuah bangunan di mana tiap-tiap bagian dalam bangunan itu mengukuhkan bagian-bagian yang lain” (H.R.Bukhari dan Muslim)

- 2) Saling bekerja sama atau saling membantu, yang berarti di antara peserta asuransi takaful yang satu dengan lainnya saling bekerja sama dan saling tolong menolong dalam mengatasi kesulitan yang dialami karena sebab musibah yang diderita. Sebagaimana firman Allah dalam QS.Al-Maidah ayat2:

artinya : “Bekerjasamalah kamu pada perkara-perkara kebajikan dan takwa, dan jangan bekerja sama dalam perkara-perkara dosa dan permusuhan.”

²⁷ Gemala Dewi, Aspek-aspek Hukum Dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia, ctk. Keempat. Kencana, Jakarta 2007. hlm.146-148

3) Saling melindungi penderitaan satu sama lain, yang berarti bahwa para peserta asuransi takaful akan berperan sebagai pelindung bagi peserta lain yang mengalami gangguan keselamatan berupa musibah yang di deritanya. Sebagaimana firman Allah dalam Q S. Quraisy ayat 4:

Artinya: “(Allah) yang telah menyediakan makanan untuk menghilangkan bahaya kelaparan dan menyelamatkan/mengamankan mereka dari mara bahaya ketakutan”

Dengan prinsip-prinsip utama tersebut diatas, maka Asuransi Syariah/ Takaful dalam operasionalnya memiliki prinsip-prinsip dasar diantaranya:²⁸

a. Tauhid (*Unility*)²⁹

Merupakan dasar utama dari setiap bentuk bangunan yang ada dalam syari'ah Islam. Setiap bangunan dan aktivitas kehidupan manusia harus didasari pada nilai-nilai tauhid. Artinya dalam setiap gerak langkah serta bangunan hukum harus mencerminkan nilai-nilai ketuhanan.

Dalam berasuransi yang harus diperhatikan adalah bagaimana seharusnya menciptakan suasana dan kondisi yang bermuamalah yang tertuntun oleh nilai ketuhanan. Paling tidak dalam setiap melakukan kegiatan beransuransi ada semacam keyakinan didalam hati bahwa Allah SWT Selalu mengawasi setiap gerak langkah manusia.

Sebagaimana Allah SWT. berfirman:

²⁸ AM.Hasan Ali. *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam*, (Jakarta : Kencana, 2004), Cet.1., hlm.125

²⁹ *Ibid*, hlm. 126

هُوَ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ فِي سِتَّةِ أَيَّامٍ ثُمَّ اسْتَوَىٰ عَلَى الْعَرْشِ يَعْلَمُ مَا

يَلْجُ فِي الْأَرْضِ وَمَا يَخْرُجُ مِنْهَا وَمَا يَنْزِلُ مِنَ السَّمَاءِ وَمَا يَعْرُجُ فِيهَا وَهُوَ مَعَكُمْ أَيْنَ

مَا كُنْتُمْ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿٣٠﴾

b. Keadilan (*justice*)³¹

Terpenuhnya keadilan antara pihak-pihak yang terkait dengan akad asuransi. Keadilan dalam hal ini dipahami sebagai upaya dalam menempatkan hak dan kewajiban antara nasabah dan perusahaan asuransi. Pertama, nasabah asuransi harus memastikan pada kondisi yang mewajibkan untuk selalu membayar premi dalam jumlah tertentu kepada perusahaan asuransi dan mempunyai hak untuk mendapatkan sejumlah dana santunan jika terjadi peristiwa kerugian. Kedua, perusahaan asuransi yang berfungsi sebagai lembaga pengelola dana mempunyai kewajiban membayar klaim kepada nasabah.³²

Sebagaimana Allah SWT. berfirman:

وَلَنْ تَسْتَطِيعُوا أَنْ تَعْدِلُوا بَيْنَ النِّسَاءِ وَلَوْ حَرَصْتُمْ ۗ فَلَا تَمِيلُوا كُلَّ الْمِيلِ

فَتَذَرُوهُنَّ كَالْمُعَلَّقَةِ ۗ وَإِنْ تُصْلِحُوا وَتَتَّقُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ غَفُورًا رَحِيمًا ﴿٣٣﴾

³⁰ QS. Al-hadiid : 4 artinya “ Dialah yang menciptakan langit dan bumi dalam enam masa: kemudian Dia bersemayam di atas ‘arsy Dia mengetahui apa yang masuk ke dalam bumi dan apa yang keluar daripadanya dan apa yang turun dari langit dan apa yang naik kepada-Nya. dan Dia bersama kamu di mana saja kamu berada. dan Allah Maha melihat apa yang kamu kerjakan.

³¹ Ibid, hlm. 126-127

³² A. Kashmir, *Lembaga Keuangan Non Bank*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2000), hlm. 5

³³ QS. An-Nissa’:129 “Dan kamu sekali-kali tidak akan dapat Berlaku adil di antara isteri-isteri(mu), walaupun kamu sangat ingin berbuat demikian, karena itu janganlah kamu terlalu cenderung (kepada yang kamu cintai), sehingga kamu biarkan yang lain terkatung-katung.

c. Tolong-menolong (*Ta'awun*)³⁴

Seseorang yang masuk asuransi, sejak awal harus mempunyai niat dan motivasi untuk membantu dan meringankan beban sesama anggota yang pada suatu ketika mendapatkan musibah. Praktek tolong-menolong dalam asuransi adalah unsur utama penbentuk bisnis asuransi. Tanpa adanya unsur ini atau hanya semata-mata untuk mengejar keuntungan bisnis berarti perusahaan asuransi itu sudah kehilangan karakter utamanya.

d. Kerja Sama (*Cooperation*)³⁵

Manusia sebagai makhluk sosial yang tidak bisa hidup tanpa adanya bantuan dari sesamanya. Sebagai apresiasi dari posisi dirinya sebagai makhluk sosial, nilai kerja sama adalah suatu norma yang tidak bisa ditawar lagi. Hanya dengan mewujudkan kerja sama antar sesama, manusia baru dapat merealisasikan kedudukannya sebagai makhluk sosial. Kerja sama dalam bisnis asuransi dapat berwujud dalam bentuk akad yang dijadikan acuan antara kedua belah pihak yang terlibat, yaitu antara anggota dengan perusahaan asuransi. Dalam operasionalnya, akad yang dipakai dalam bisnis asuransi dapat memakai *musyarakah*, *mudharabah*, atau lainnya.

e. Amanah (*Trustworthy/Al-amanah*)³⁶

Dalam perusahaan asuransi harus memberi kesempatan yang besar bagi nasabah untuk mengakses laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan asuransi harus mencerminkan nilai-nilai kebenaran dan keadilan dalam bermuamalah dan melalui *auditor public*.

dan jika kamu Mengadakan perbaikan dan memelihara diri (dari kecurangan), Maka Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.

³⁴ *Ibid*, 127-128


³⁵ *Ibid*, hlm. 129

³⁶ *Ibid*, hlm. 130

Prinsip amanah juga harus dimiliki oleh nasabah asuransi, seorang yang menjadi nasabah asuransi berkewajiban menyampaikan informasi yang benar berkaitan dengan pembayaran dana premi tidak memanipulasi kerugian (*peril*) yang menimpa dirinya. Jika seorang peserta asuransi memberikan informasi yang tidak benar dan manipulasi data kerugian yang menyimpannya, maka nasabah tersebut telah menyalahi prinsip amanah dan dapat dituntut secara hukum.

Sebagaimana Allah SWT. berfirman:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا

بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا 

f. Kerelaan (*Al-Ridho*)³⁸

Dalam bisnis asuransi, kerelaan dapat diterapkan pada setiap anggota (nasabah) asuransi agar mempunyai motivasi dari awal untuk merelakan sejumlah dana premi yang disetorkan pada perusahaan asuransi, yang difungsikan sebagai dana *tabarru'*.

g. Larangan Riba, judi (*maisir*), dan ketidakpastian (*gharar*)³⁹

Pengharaman riba dikarenakan mengambil harta orang lain tanpa ada nilai imbalan apapun. Riba juga menghalangi manusia untuk terlibat dalam usaha

³⁷ *Q.S An nisa'*: 58 “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.*

³⁸ *Ibid*, hlm. 130-131

³⁹ *Ibid*, hlm. 131-135

yang aktif. Pengharaman riba juga sudah dibuktikan dalam Al-qur'an kita tidak perlu mencari alasan-alasan. Sebagaimana Allah SWT. berfirman:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا 40

Maisir artinya adanya salah satu pihak yang untuk namun di lain pihak mengalami kerugian. Hal ini tampak jelas apabila pemegang polis dengan sebab-sebab tertentu membatalkan kontraknya sebelum masa *reversing periode*. Biasanya tahun ketiga maka yang bersangkutan tidak akan menerima kembali uang yang telah dibayarkan kecuali sebagian kecil saja. Sebagaimana Allah SWT. berfirman:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَمُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلٍ
الشَّيْطَانِ فَأَجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ 41

Gharar dalam pengertian bahasa adalah *al-khida'* (penipuan) yaitu suatu tindakan yang didalamnya diperkirakan tidak ada unsur kerelaan. Wahbah Al-zuhaili memberi pengertian tentang *gharar* sebagai *al-khatar* dan *al-taghrir* yang artinya penampilan yang menimbulkan kerusakan (harta) atau sesuatu yang tampaknya menyenangkan tetapi hakikatnya menimbulkan kebencian. Rasulullah

⁴⁰ Q.S An nisaa': 29 "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".

⁴¹ Q.S Al Maidah: 90" Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah adalah Termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.

bersabda tentang *gharar* dalam hadist yang diriwayatkan oleh Bukhori sebagai berikut:

Artinya : *abu Hurairah mengatakan bahwa Rasulullah SAW. Melarang jual-beli bashah dan jual –beli gharar* (HR. Bukhari-Muslim)

2. Pengertian minat nasabah

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu, tetapi juga dapat dikatakan sebagai sikap subyek atas dasar adanya kebutuhan dan keingintahuan untuk memenuhi kebutuhan. Dalam Kamus umum Bahasa Indonesia minat adalah kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu, perhatian, keinginan.⁴²

Minat adalah kecendrungan yang menetap dan subyek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam hal atau hal itu. Perasaan senang akan menimbulkan pula minat yang di perkuat lagi oleh sikap positif yang sama diantaranya hal-hal tersebut timbul terlebih dahulu sukar ditentukan secara pasti.⁴³ Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.⁴⁴

Nasabah adalah konsumen-konsumen sebagai penyedia dana. Sedangkan pengertian nasabah menurut kamus besaar bahasa Indonesia adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).⁴⁵

⁴² W.J.S. Poerwadarmanta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2006, hlm. 1181.

⁴³ Winkel WS., *Psikologi dan Evaluasi belajar*, (Jakarta, Gramedia 1993) hlm 30

⁴⁴ Slameto, *belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*, Jakarta : PT RINEKA CIPTA, 2010, hlm. 180

⁴⁵ Djaslin, Saladin, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank*, (Jakarta, mandiri maju, 1997), hlm 683.

Jadi dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan minat nasabah adalah daya tarik yang ditimbulkan oleh obyek tertentu yang membuat orang merasa senang dalam mempunyai keinginan berkecimpung atau berhubungan dengan obyek tersebut sehingga timbul suatu keinginan.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah

Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, secara garis besar dikelompokkan menjadi dua yaitu: (1) dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian), dan (2) berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat. Menurut Crow and Crow dikutip dari Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

1. Dorongan dari dalam individu, misal dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain.
2. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
3. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.⁴⁶

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat:

1. Pelayanan

Pelayanan yaitu suatu kegiatan yang menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yang sebaik-baiknya sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembelian yang berulang-ulang.⁴⁷

⁴⁶ Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Prenada Media, 2004, hlm. 263-264

⁴⁷ hlm. 29-38

Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyediaan layanan kepada pihak yang dilayani. Baik yang dilakukan atas dasar kesukarelaan masing-masing pihak (non-komersial), tujuan komersil antara personal, ataupun karena orang-orang mempunyai keterikatan kerja dalam organisasi yang bertujuan komersil maupun non komersil.

Pelayanan sangat penting karena dengan pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati, baik dari masyarakat maupun dari perusahaan saingan. Jika masyarakat simpati, akan menimbulkan kepercayaan sehingga pemasaran produk/jasa akan lebih lancar. Pelayanan juga merupakan daya penarik bagi calon nasabah untuk menjadi nasabah, serta tidak menimbulkan persaingan yang tidak sehat antar sesama perusahaan.⁴⁸

Pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat, andal dapat dipercaya, bertanggung jawab atas apa yang dijanjikan, tidak pernah memberikan janji yang berlebihan dan selalu memberikan janjinya.⁴⁹ Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani.⁵⁰ Konsep orientasi pelayanan lebih menekankan pada aspek praktik, kebijakan dan prosedur layanan pada sebuah organisasi.⁵¹

2. Promosi

a. Pengertian Promosi

⁴⁸ M. Taufiq Reza a.f " Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Mega Tbk Cabang Makassar. hlm 31

⁴⁹ R Lerbin, Aritonang, *Kepuasan Pelanggan, Pengukuran Dan Penganalisaan Dengan SPSS*, edisi pertama, (Jakarta ,Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, 2005) hlm 26.

⁵⁰ Barata, Atep Adya, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, cetakan kedua, (Jakarta PT. Elex Media Komputindo, 2004), hlm 10

⁵¹ Fandy dan Gregorius Chandra, Tjiptono, *Service, Citra Wisata dan Satisfaction*, (Yogyakarta Andi, 2005) hlm 39

Promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, menyakinkan. Ciri dari komunikasi yang persuasive (komunikasi) adalah ada komunikator yang secara terencana mengatur berita dan cara penyampaiannya untuk mendapatkan akibat tertentu dalam sikap dan cara tingkah laku si penerima atau pendengar.⁵²

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan.⁵³

Berdasarkan pengertian para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk interaksi dengan konsumen, memberikan informasi kepada konsumen serta membujuk konsumen untuk menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut.⁵⁴

⁵² Mursid M “*Manajemen Pemasaran*”, (Jakarta, bumi aksara 2006), hlm 95

⁵³ Tjiptono Fandy”*Strategi Pemasaran*”(Yogyakarta, ANDI, 2002) hlm 219

⁵⁴ Al Muzakir”*Analisis pengaruh citra dan promosi terhadap minat kuliah(studi kasus pada fakultas syariah IAIN Raden Fatah Palembang)*” skripsi Ekonomi islam IAIN Raden patah Palembang, hlm 29.

b. Tujuan Promosi

Tujuan promosi dalam perusahaan yaitu:

a. Modifikasi tingkah laku

Dengan promosi perusahaan berusaha menciptakan kesan yang baik tentang dirinya dan dengan demikian bisa merubah tingkah laku serta pendapat konsumen tentang produk perusahaan sehingga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk.

b. Memberitahu

Kegiatan promosi dilakukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan perihal suatu produk.

c. Membujuk

Diarahkan terutama untuk mendorong pembelian, sering perusahaan tidak ingin mendapat tanggapan insin dari konsumen, tetapi lebih mengutamakan kesan positif.

d. Mengingatnkan

Promosi dilakukan terutama untuk mengingatnkan kepada masyarakat bahwa produk perusahaan masih ada.⁵⁵

3. Syariah

Menurut Rosyada pengertian syariah adalah menetapkan norma-norma hukum untuk menata kehidupan manusia baik dalam hubungannya dengan tuhan maupun dengan umat manusia lainnya.⁵⁶

⁵⁵ Wahjono, Imam sentot, " *Manajemen Pemasaran Bank*"(Yogyakarta: Graha Ilmu.2010) hlm 127.

⁵⁶<http://www.pengertianpakar.com/2014/09/pengertian-syariah-menurut-para-pakar.html#> (akses tanggal 20 maret 2015).

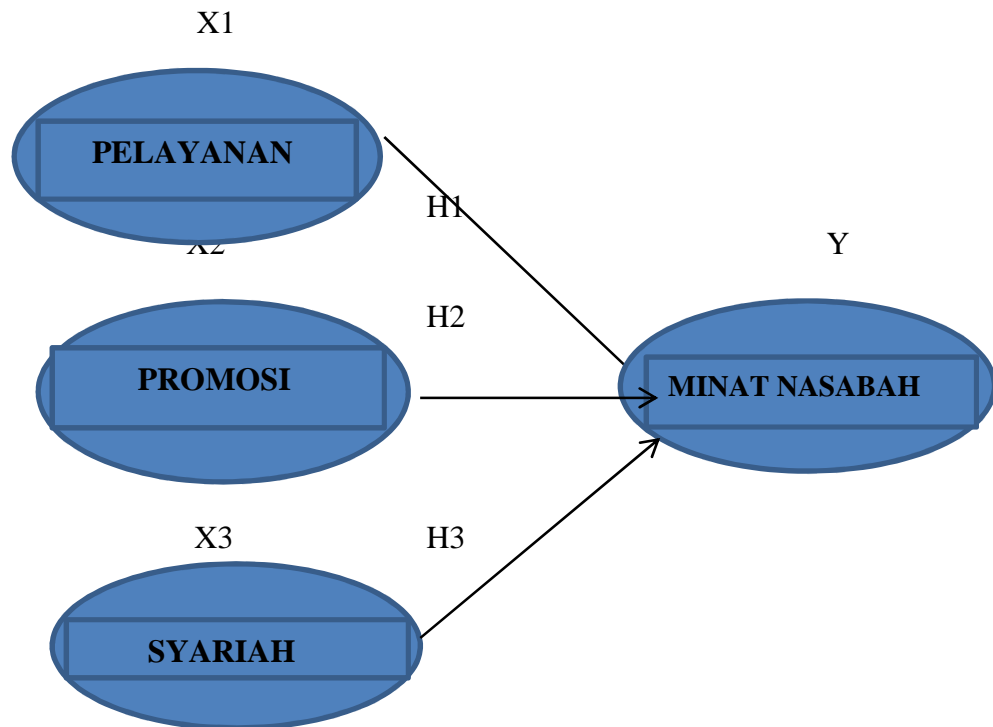
Zuhdi mengatakan pengertian syariah yaitu sebagai hukum yang ditetapkan Allah melalui Rasul-Nya untuk Hamba-Nya agar mereka menaati hukum itu atas dasar iman dan takwa, baik berkaitan dengan akidah, amaliyah (ibadah dan muamalah) dan yang berkaitan dengan akhlak.

Berdasarkan Pengertian Syariah diatas, dapat disimpulkan bahwa Pengertian Syariah adalah segala apa yang disyariatkan oleh Allah Baik dengan Al-qur'an maupun dengan Sunnah Nabi ataupun yang dapat melengkapi semua dasar-dasar agama, akhlak, hubungan manusia dengan manusia, bahkan meliputi juga apa yang menjadi tujuan hidup dan kehidupan manusia untuk keselamatan dunia dan akhirat.

C. Kerangka pemikiran

Dalam penelitian ini, Faktor-faktor yang mempengaruhi minat Nasabah dalam memilih Asuransi Syariah (studi pada nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang). Dalam penelitian bagaimana pengaruh minat nasabah dalam suatu perusahaan. Secara garis besar kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Hubungan variabel yang terdapat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1 kerangka pemikiran

D. Hipotesis

1. Uji signifikan simultan (Uji Statistik F)

Dalam penelitian ini, uji F di gunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.⁵⁷ Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah:

Ho: Variabel-variabel bebas yaitu Pelayanan, Promosi dan Syariah tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu minat nasabah.

Ha : Variabel-variabel bebas yaitu Pelayanan, Promosi dan Syariah mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu minat nasabah.

⁵⁷ Ghozali, I, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas dipenogoro:2003. Hlm 25

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikan, yaitu:

- a. Apabila probabilitas signifikan $>0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b. Apabila probabilitas signifikan $<0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Analisis Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas (pelayanan, promosi dan syariah) dalam menjelaskan variasi-variasi variabel terikat (minat nasabah) amat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel bebas, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

3. Uji signifikansi pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X_1 , X_2 dan X_3 (Pelayanan, Promosi dan Syariah) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (Minat Nasabah) secara

terpisah atau persial. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

H1: Variabel bebas (Pelayanan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (minat nasabah).

H2 : Variabel bebas (Promosi) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (minat nasabah).

H3 : Variabel bebas (Syariah) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (minat nasabah).

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a. Apabila angka probabilitas signifikansi $>0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b. Apabila angka probabilitas signifikansi $<0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Setting Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang yang beralamat di Jalan Musi Raya No. 1553 Perumnas Sako Palembang.

2. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini penulis akan memfokuskan pembahasan tentang faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam memilih Asuransi Syariah (studi kasus pada PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang).

B. Desain Penelitian

1. Kuesioner

Pada kuesioner terdiri dari dua bagian yaitu sebagai berikut:

1. Identitas Responden

Identitas responden terdiri dari Jenis Kelamin, Usia Responden, Tingkat Pendidikan, Pekerjaan dan Pendapatan.

2. Pertanyaan-pertanyaan

Pertanyaan yang akan diajukan kepada responden terdiri dari 3 variabel antara lain:

1. Variabel pelayanan, indikatornya adalah:

- a. Berwujud
- b. Keandalan
- c. Ketanggapan

- d. Jaminan dan Kepastian
 - e. Empati⁵⁸
2. Variabel promosi, indikatornya adalah:
- a. Frekuensi Promosi
 - b. Kualitas Promosi
 - c. Kuantitas Promosi
 - d. Waktu Promosi
 - e. Kesesuaian Sasaran Promosi⁵⁹
3. Variabel syariah, indikatornya adalah:
- a. Operasional sesuai dengan Syariah
 - b. Bebas riba
 - c. Transaksi secara halal
 - d. Dekorasi kantor
 - e. Penampilan karyawan⁶⁰
4. Variabel minat, indikatornya adalah:
- a. Prosedur
 - b. Kepercayaan
 - c. Kepuasan
 - d. Tingkat pengetahuan
 - e. Loyalitas

C. Jenis dan Sumber Penelitian

⁵⁸ Rambat .Lupiyoadi , , “*Manajemen Pemasaran Jasa*,” , Jakarta: Salemba Empat, 2001, hlm 147

⁵⁹ Kotrel, Philip”*Manajemen Pemasaran*,” Jakarta: Indeks,2007, hlm 272

⁶⁰ Chitra dwiratih aviza”*faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mitra dalam memilih menggunakan produk pembiayaan murabahah di BMT berkah madani cimanggis Depok*” Skripsi UIN syarif hidayatullah Jakarta, 2014, hlm 43.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau yang di angka kan atau yang ada hubungan nya dengan permasalahan yang diteliti. Angka-angka tersebut di peroleh melalui penyebaran angket atau kuisisioner kepada para responden, yakni Nasabah PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang.⁶¹

2. Sumber Penelitian

Sumber penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui pengumpulan data yaitu data yang berupa hasil jawaban para responden mengenai pertanyaan dalam kuisisioner yang dibagikan. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara langsung melalui pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian berupa laporan-laporan dari kegiatan operasional perusahaan seperti sejarah singkat perusahaan, dan produk-produk perusahaan.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan kumpulan dari seluruh elemen yang dijadikan sasaran atau objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang, yang berjumlah 435 orang. Tehnik pengambilan sampel merupakan bagian yang berguna bagi tujuan penelitian populasi dan aspek-aspeknya.

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. (Bandung: Alfabeta, 2013). Hlm 30

2. Sampel

Sampel adalah Bagian dari populasi (sebagian atau wakil popoulasi yang diteliti) yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi.⁶² Sampel berarti contoh, yaitu sebagian dari seluruh individu yang menjadi objek penelitian. Tujuan penelitian sampel adalah untuk memperoleh keterangan mengenai objek penelitian dengan cara mengamati hanya sebagian dari populasi.⁶³

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel dengan cara *sample random sampling* dimana peneliti mengambil anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.⁶⁴ Teknik sampel yang digunakan *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja nasabah asuransi takaful keluarga yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang oarang yang ditemui cocok sebagai sumber data.⁶⁵

Rumus penentuan ukuran sampel yaitu menggunakan Rumus Slovin⁶⁶

$$N = \frac{N}{N(e)^2 + 1} \quad n = \frac{435}{435(0,1)^2 + 1} \quad n = 81,30 \text{ (81)}$$

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 81 orang

E. Teknik Pengumpulan Data

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Cetakan ke 15, (Bandung: CV Alfabeta, 2012), hlm. 80-81

⁶³ Mardalis, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 56

⁶⁴ Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka belajar, 2010), hlm. 80

⁶⁵ Sugiyono. *Metodelogi Penelitian Pendidikan*. (Bandung : Alfabeta, 2008). hlm. 117-118

⁶⁶ Umar. *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005). hlm. 146

Keseluruhan data yang diperoleh dalam laporan ini didapat melalui berbagai cara, yaitu observasi yaitu suatu tehnik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung ke lapangan (objek penelitian) untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan.⁶⁷

Kuisoner yaitu suatu tehnik pengumpulan data dengan mengajukan daftar pertanyaan kepada responden.⁶⁸ Dalam pengumpulan data dengan menggunakan tehnik kuisoner ini, penulis memberikan beberapa pertanyaan untuk masing-masing variabel. Adapun skor dari masing-masing alternatif jawaban ini diberikan skor dengan menggunakan pengukuran Ordinal, yaitu sebagai berikut:

- Sangat Setuju (SS), diberi bobot 5
- Setuju (S), diberi bobot 4
- Netral (N), diberi bobot 3
- Tidak Setuju (TS), diberi bobot 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) diberi bobot 1.

F. Variabel – variabel Penelitian

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif (fakta yang representasikan dalam bentuk angka). Yang berfungsi sebagai variabel bebas (independen) adalah variabel Pelayanan, Promosi dan Syariah asuransi. Sedangkan variabel terikat (dependen) adalah variabel minat nasabah.

Variabel-variabel tersebut antara lain:

Y = Minat nasabah

X₁ = Pelayanan

⁶⁷ Sugiyono “*Materi Pengumpulan Data*” (Jakarta: Erlangga,2007) hlm 138

⁶⁸ Akbar, Dinul Alfian “*Modul Aplikasi Komputer IV (SPSS)*. Ekonomi Islam fakultas syariah IAIN Raden Fatah Palembang, 2009, hlm 3

$X_2 =$ Promosi

$X_3 =$ Syariah

1. Variabel Bebas (Variabel Independen)

1. Pelayanan (X_1)

Pelayanan atau jasa (service) adalah semua bentuk aktifitas manusia yang tidak berwujud (intangible) yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak lain untuk saling memuaskan melalui pertukaran secara bersamaan (insperability). Pelayanan atau jasa bersifat berwujud (tangible), heterogen (bervariasi), diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan (insperability) dan tidak dapat disimpan atau tidak dapat busuk (perishability).

Pelayanan pelanggan dilakukan pada intinya bertujuan untuk memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya sehingga pelanggan merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan (customer satisfaction). Kepuasan pada dasarnya adalah perbandingan antara kinerja yang dilakukan oleh penyedia jasa dibandingkan dengan harapan pengguna jasa dari perspektif pengguna jasa. Memberikan pelayanan agar pelanggan puas ternyata tidak semudah yang dibayangkan, karena adanya persepsi yang berbeda antara penyedia jasa dengan pengguna jasa.

2. Promosi (X_2)

Promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

3. Syariah (X_3)

Syariah adalah segala apa yang disyariatkan oleh Allah Baik dengan Al-qur'an maupun dengan Sunnah Nabi ataupun yang dapat melengkapi semua dasar-dasar agama, akhlak, hubungan manusia dengan manusia, bahkan meliputi juga apa yang menjadi tujuan hidup dan kehidupan manusia untuk keselamatan dunia dan akhirat.

2. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

1. Minat (Y)

Secara bahasa minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Menurut Ensiklopedi Indonesia, istilah minat dalam bahasa Inggris adalah Interest yang berarti perhatian, yakni kecenderungan bertingkah laku secara terarah terhadap objek, kegiatan atau pengalaman tertentu. Minat diatas dapat diambil kesimpulan bahwa minat adalah kecenderungan hati atau keinginan terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang tanpa ada yang menyuruh.⁶⁹

G. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur untuk kuesioner tersebut. Metode yang akan digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner

⁶⁹ Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal.121

dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji ini juga digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran pada subjek yang sama atau dengan kata lain untuk menunjukkan adanya kesesuaian antara sesuatu yang diukur dengan alat pengukuran yang dipakai.

Uji reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini, adalah dengan menggunakan fasilitas SPSS, yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai cronbach alpha > 0,60 s/d 0,80. Dan dianggap sangat baik atau sangat reliable jika nilai cronbach alpha >0,80 s/d 1,00.⁷⁰

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang akan dipakai adalah teknik analisis regresi berganda untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel satu dengan variabel lain. Variabel dependen yang digunakan adalah minat nasabah menggunakan asuransi takaful Keluarga dan variabel independennya adalah Pelayanan, Promosi dan Syariah. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, maka digunakan model regresi linier berganda yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana Y adalah variabel dependen (terikat), X adalah variabel Independen (bebas).

⁷⁰ Santoso, Statistik Multivariat, (Jakarta:PT.Elex Media Komputindo,2001), hlm. 227

Keterangan:

Y = Minat nasabah menggunakan asuransi Takaful Keluarga

X₁ = Pelayanan

X₂ = Promosi

X₃ = Syariah

a = Konstanta

β = Koefisien regresi, merupakan besarnya perubahan variabel terikat akibat perubahan tiap-tiap unit variabel bebas (kemiringan)

e = Standar error

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

2. Multikolinieritas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka terjadi problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *orthogonal*, dan akan menghasilkan data yang biasa.

Pedoman suatu model regresi yang bebas dari multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya nilai VIF (*variance inflation faktor*). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang

dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *cut-off* yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance $<0,10$ atau sama dengan VIF >10 .⁷¹

3. Autokorelasi

Autokorelasi berarti adanya korelasi antara anggota sampel yang diurutkan berdasarkan waktu. Masalah autokorelasi akan muncul bila data sesudahnya merupakan fungsi dari data sebelumnya, atau data sesudahnya memiliki korelasi yang tinggi dengan data sebelumnya pada data tuntut waktu dan besaran data sangat tergantung pada tempat data tersebut terjadi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Jika terjadi pelanggaran ini, maka hasil olah data yang dihasilkan akan biasa dan akurat. Salah satu cara untuk melihat adanya autokorelasi adalah dengan Run test. Run test sebagai bagian dari statistik non-parametrik dapat pula digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dapat dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. Run test digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak (sistematis).⁷²

H₀ : residual (res_1) random (acak)

H_A : residual (res_1) tidak random

Jika signifikan nilai Run Test $< 0,05$ maka H₀ ditolak dan jika signifikan $> 0,05$ maka H₀ diterima.

4. Heteroskedastisitas

⁷¹ Imam Ghozali, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hlm. 96.

⁷² *Ibid*, hlm 107

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari suatu pengamatan ke pengamatan-pengamatan yang lain. Jika varian dari suatu pengamatan ke pengamat yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED.⁷³

Model yang digunakan adalah model atau metode *glejser* dengan dasar pengambilan keputusan membandingkan nilai *sig* variabel independen dengan tingkat kepercayaan ($\alpha = 0,05$). Apabila nilai *sig* lebih besar dari nilai α ($sig > \alpha$) maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas

⁷³ *Ibid*, hlm 107

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Sebagai pelopor asuransi syariah di Nusantara, Takaful Indonesia telah melayani masyarakat dengan jasa asuransi yang sesuai dengan prinsip syariah, selama lebih dari satu dasawarsa, melalui dua perusahaan operasionalnya PT Asuransi Takaful Keluarga (Asuransi Jiwa Syariah) dan PT Asuransi Takaful umum (Asuransi Takaful Syariah). PT Syarikat Takaful Indonesia (perusahaan) berdiri pada 24 february 1994 atas prakarsa tim pembentukan Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI) yang dimotori oleh Ikatan cendikiawan Muslim Indonesia (ICMI) melalui Yayasan Abdi Bangsa, Bank Muamalat Indonesia Tbk, PT Asuransi Jiwa Tugu Mandiri, Depatemen Keuangan RI, serta beberapa pengusaha muslim Indonesia. Melalui kedua anak perusahaannya yaaitu PT. Asuransi Takaful Keluarga dan PT asuransi Takaful Umum, perusahaan telah memberikan jasa perlindungan asuransi yang menetapkan prinsip-prinsip murni syariah pertama di Indonesia.

PT. Asuransi Takaful Keluarga yang bergerak di bidang asuransi jiwa syariah didirikan pada 4 Agustus 1994 dan mulai beroperasi pada 25 Agustus 1994, yang ditandai dengan peresmian oleh Menteri Keuangan Mar'ie Muhammad. Diikuti dengan pendirian anak perusahaan yang bergerak di bidang asuransi umum syariah yaitu PT Asuransi Takaful Umum, yang diresmikan oleh Menristek/ketua BPPT Prof.Dr. B.J. Habibie pada 2 juni 1995.

Kepemiikan mayoritas saham Syarikat Takaful Indonesia saat ini di kuasai oleh Syarikat Takaful Malaysia Berhad (56,00%) dan *Islamic Development Bank*

(IDB, 26,39%), sedangkan selebihnya oleh Permodalan Nasional Madani (PNM) dan Bank Muamalat Indonesia serta Karya Abdi Bangsa dan lain-lain.

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, Graha Takaful Indonesia di Mampang Prapatan, Jakarta pada Desember 2004. Selain itu, dilakukan pada revitalisasi identitas korporasi termasuk penataan ruang kantor cabang di seluruh Indonesia, untuk memperkuat citra perusahaan.

Sedangkan untuk PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang telah diresmikan pada tanggal 1 Oktober 1995 di jalan Tasik No. 3 (Kambang Iwak) dan mulai beroperasi pada bulan Januari 1996. Pada tanggal 1 Desember 2003 PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang pindah alamat kantornya ke jalan Kapten A. Rivai No.23. kemudian pada tahun 2011, PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang pindah alamat lagi ke jalan Basuki Rahmat no.3 (simpang polda) hingga sekarang. Menurut Ardandi, Takaful Agency Director PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang (hasil wawancara tanggal 22 Juni 2012) mengatakan bahwa tujuan pembukaan kantor cabang di Palembang adalah untuk mengembangkan asuransi *syariah* di Palembang dan mengajak masyarakat Palembang untuk berasuransi secara syariah, karena dulu takaful adalah satu-satunya asuransi syariah di Indonesia. Untuk mengembangkan asuransi *syariah* di kota Palembang tentunya harus di dukung oleh sumber daya insani yang memadai, baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Hal tersebut sangat mempengaruhi produktivitas dan profesionalisme asuransi itu sendiri.

Dalam meningkatkan kualitas layanan yang diberikan perusahaan dan menjaga konsistensinya, perusahaan memperoleh Sertifikasi ISO 9001:2000 dari SGS JAS-ANZ, Selain itu Asuransi Takaful Umum, serta Asuransi Takaful Keluarga memperoleh Sertifikasi ISO 9001:2000 dari Det Norske Verritas (DNV), Belanda pada April 2004. Selain itu, atas upaya keras seluruh jajaran perusahaan, Asuransi Takaful Keluarga meraih MUI Awards 2004 sebagai Asuransi Syariah Terbaik di Indonesia, dan Asuransi Takaful Umum memperoleh penghargaan sebagai Asuransi Syariah Terbaik di Indonesia, dan Asuransi Takaful Umum memperoleh penghargaan sebagai asuransi dengan predikat Sangat Bagus dari Majalah Info Bank secara berturut-turut pada tahun 2004 dan 2005.

Dengan dukungan pemerintah dan tenaga professional yang berkomitmen untuk mengembangkan asuransi syariah, Syarikat Takaful Indonesia bertekad untuk menjadi perusahaan asuransi syariah terkemuka di Indonesia.

1. Visi dan Misi PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang

a. Visi

Lembaga keuangan yang konsisten menjalankan transaksi asuransi secara Islami. Operasional perusahaan dilaksanakan atas dasar prinsip-prinsip syariah yang bertujuan memberikan fasilitas dan pelayanan terbaik bagi umat dan masyarakat Indonesia. Sebagai sebuah perusahaan Takaful akan berjuang dan berkembang untuk menjadi perusahaan yang terkemuka.

b. Misi

1. Bertekad memberikan solusi dan pelayanan terbaik dalam perencanaan keuangan dan pengelolaan risiko bagi umat dengan menawarkan jasa

takaful dan keuangan syariah yang dikelola secara profesional, adil, tulus, dan amanah.

2. Takaful menjadikan semua peserta sebagai satu keluarga besar yang akan saling melindungi dan secara bersama menanggung risiko keuangan dari musibah yang mungkin terjadi dengan prinsip *Al-mudharabah*, *wakalah*, dan *tabarru'*.

2. Produk-produk PT. Asuransi Takaful Keluarga cabang Palembang

Pada dasarnya segala musibah dan bencana yang menimpa manusia merupakan *qahda* dan *qadar* Allah SWT. Namun manusia (muslim) dengan dengn berikhtiar memperkecil risiko yang timbul. Salah satu caranya yaitu dengan menabung. Tetapi upaya tersebut sering kali tidak memadai, karena yang harus di tanggung lebih besar dari yang diperkirakan. Adapun produk-produk Asuransi Takaful Keluarga adalah sebagai berikut:

a. Produk individual

1. Takafulink Dana Istiqomah (pendapatan tetap) adalah produk yang menawarkan cara berinvestasi dengan hasil yang stabil dan risiko yang aman. Pada pilihan ini seluruh dana akan di tempatkan pada instrument investasi berpendapatan tetap berbasis syariah dan sebagian kecil alokasi pada pasar uang syariah.
2. Takafulink Dana Mizan (balance) adalah peoduk yang menawarkan cara berinvestasi dengan hasil yang optimal dan risiko yang moderat. Pada pilihan ini sebagian dana akan ditempatkan pada instrument saham syariah dan berpendapatan tetap berbasis syariah serta sebagian kecil alokasi pada pasar uang syariah.

3. Takafulink Dana Ahsan (balance aggressive) adalah jenis investasi yang penempatan dananya pada instrument investasi utamanya, saham syariah dan reksadana saham syariah, maksimal 50-70%. Investasi pendapatan tetap, 20-40% dan pasar uang syariah, maksimal 20%. Investasi ini dalam jangka panjang memberikan hasil investasi yang lebih tinggi, dengan tingkat risiko yang tinggi pula investasi ini cocok untuk investor yang sedikit agresif (*Risk Taker*)
4. Takafulink Dana Alia adalah jenis investasi yang penempatan dananya pada instrument investasi, saham syariah dan pasar uang syariah dalam jangka panjang investasi ini memberikan hasil investasi yang tinggi dengan tingkat risiko yang tinggi pula.
5. Takaful Kecelakaan Diri adalah program takaful yang memberikan santunan kepada peserta atau ahli warisnya bila peserta meninggal dunia, cacat, atau mengeluarkan biaya perawatan akibat kecelakaan.
6. Takaful Dana Pendidikan (fulnadi) adalah program asuransi perorangan yang bermaksud menyediakan dana pendidikan, dalam mata uang Rupiah dan US Dolar untuk putra-putrinya sampai sarjana.
7. Takaful Ukhuwah adalah cara mudah berasuransi dengan premi terjangkau sekaligus menolong Ummah.
8. Takaful Dana Haji adalah suatu bentuk perlindungan untuk perorangan yang menginginkan dana merencanakan pengumpulan dana dalam uang Rupiah dan US Dolar untuk biaya menjalankan ibadah haji.
9. Takaful Dana Jabatan adalah suatu bentuk perlindungan untuk direksi atau pejabat teras suatu perusahaan yang menginginkan dan merencanakan pengumpulan dana dalam mata uang Rupiah atau US

Dollar sebagai dana santunan yang diperuntukkan bagi ahli warisnya jika di takdirkan meninggal lebih awal atau sebagai dana santunana/investasi pada saat tidak aktif lagi ditempat kerja.

10. Takaul Hasanah adalah suatu bentuk perlindungan untuk perorangan yang menginginkan dan merencanakan pengumpulan dana sebagai modal usaha atau diperuntukkan bagi ahli warisnya jika ditakdirkan meninggal lebih awal.

b. Produk Kumpulan

1. Program Takaful Al-khairat adalah suatu bentuk perlindungan kumpulan yang diperuntukkan kepada ahli warisnya apabila yang bersangkutan ditakdirkan meninggal dalam masa perjanjian.

2. Program Takaful Kecelakaan Diri kumpulan adalah suatu bentuk perlindungan kumpulan yang ditujukan untuk perusahaan, organisasi atau perkumpulan yang bermaksud menyediakan santunan kepada karyawan/anggota apabila mengalami musibah karena kecelakaan dalam masa perjanjian.

3. Program Takful Kecelakaan Siswa adalah suatu bentuk perlindungan kumpulan yang ditujukan kepada sekolah/ perguruan tinggi atau lembaga pendidikan non formal yang bermaksud menyediakan santunan kepada siswa/mahasiswa atau pesertanya apabila mengalami musibah karena kecelakaan yang mengakibatkan cacat tetap total maupun sebagian atau meninggal.

4. Program Takaful Wisata dan Perjalanan adalah program yang diperuntukkan bagi biro perjalanan dan wisata/travel yang berkeinginan memberikan perlindungan kepada pesertanya apabila mengalami

musibah karena kecelakaan yang mengakibatkan cacat tetap total, sebagian atau meninggal selama wisata maupun perjalanan dalam dan luar negeri

5. Program Takaful Pembiayaan adalah suatu bentuk perlindungan yang memberikan manfaat takaful yaitu berupa jaminan pelunasan hutang apabila yang bersangkutan ditakdirkan meninggal dalam masa perjanjian.
6. *FulMedicare* adalah program asuransi kesehatan yang memberikan manfaat pelayanan kesehatan bagi peserta yang mengalami sakit karena resiko penyakit atau kecelakaan.

B. Karakteristik Responden

- a. Gambaran umum responden berdasarkan jenis kelamin

Table 4.1

Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah Orang	(%)
Laki-laki	46	57%
Perempuan	35	43%
Jumlah	81	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah laki-laki sebanyak 57%. Sedangkan sisanya adalah perempuan sebanyak 43%.

- b. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur

Gambaran Umum mengenai nasabah PT Asuransi Takaful Keluarga cabang Palembang berdasarkan umur pada saat pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

Table 4.2

Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	(%)
< 30 tahun	17	21%
31 – 40 tahun	42	52%
41 – 50 tahun	18	22%
>50 tahun	4	5%
Jumlah	81	100%

Sumber :data primer yang diolah, 2015

Dari tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa proporsi paling besar adalah dari responden berusia 31-40 tahun sebanyak 52%. Kemudian responden berusia 41-50 tahun sebesar 22% , responden berusia 41-50 tahun berjumlah 21% dan responden >50 tahun berjumlah 5%.

c. Gambaran Umum Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan status tingkat pendidikan responden dapat dikelompokkan seperti dijelaskan pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3

Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	(%)
SMA	31	38%
D3	32	40%
Sarjana	18	22%
Jumlah	81	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2015

Dari tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa responden paling tinggi adalah D3 yaitu sebanyak 40%. Kemudian SMA sebanyak 38% dan Sarjana 22%.

d. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berdasarkan pengelompokan jenis pekerjaan, responden dapat dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 4.4

Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	(%)
Pegawai BUMN	10	12%
Pegawai Swasta	24	30%
Pegawai Negeri	8	10%
Wiraswasta	18	22%
Lainnya	21	26%

Jumlah	81	100%
--------	----	------

Sumber : data primer diolah, 2015

Dari tabel 4.4 diatas diketahui bahwa responden paling tinggi berasal dari Pegawai swasta yaitu sebanyak 30%. Kemudian lainnya sebanyak 26%, Wiraswasta sebanyak 22%, Pegawai BUMN sebanyak 12% dan Pegawai Negeri sebanyak 10%.

e. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan

Berikut ini gambaran responden berdasarkan tingkat pendapatan per bulan.

Tabel 4.5

Responden Berdasarkan pendapatan per bulan

Pendapatan per bulan	Jumlah	Dalam %
< 1.000.000	3	4%
1.000.000 – 3.000.000	43	53%
3.000.000 – 5.000.000	23	28%
>5.000.000	12	15%
Jumlah	81	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2015

Pada tabel 4.5 diatas, diketahui bahwa mayoritas responden memiliki rata-rata pendapatan per bulan diatas 1.000.000 – 3.000.000 yaitu sebanyak 53%. responden yang memiliki rata-rata pendapatan per bulan antara 3.000.000-5.000.000 sebanyak 28%, selanjutnya responden yang memiliki

pendapatan diatas > 5.000.000 sebanyak 15%. Sedangkan responden yang memiliki pendapatan perbulan di bawah < 1.000.000 sebanyak 4%.

C. Analisis Data

1. Uji Validitas

Pengujian validitas tiap butir pertanyaan digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir.⁷⁴ Bahwa untuk mengetahui apakah variabel yang di uji valid atau tidak, hasil kolerasi dibandingkan dengan angka kritik tabel kolerasi dengan taraf signifikan 1% atau 5%. Jika angka kolerasi hasil perhitungan lebih besar dibandingkan dengan angka kritik, maka item pertanyaan tersebut di nyatakan valid dan signifikan, begitu pun sebaliknya jika angka kolerasi, maka item pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid dan signifikan, dan tidak dapat di gunakan dalam analisis. Santoso menyatakan bahwa jika r hasil (*Corrected item-Total Corrected(CI-TC)* pada output SPSS) bernilai positif serta r hasil > r tabel, maka butir atau variabel tersebut valid.⁷⁵

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS, besarnya nilai r tabel untuk $n-3 = 78$, tingkat signifikan 5% adalah 0,1448 dan tingkat signifikan 10% adalah 1.2925. hasil uji validitas dan reabilitas terhadap instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat di lihat pada tabel 4.6

Tabel 4.6
Uji Validitas

No	Variabel	Item	CI-TC	Ket
1	Pelayanan(X1)	X1 ₁	0,375	Valid

⁷⁴ Akbar, Dinul Alfian “*Modul Aplikasi Komputer IV (SPSS)*. Ekonomi Islam fakultas syariah IAIN Raden Fatah Palembang, 2009, hlm 49

⁷⁵ *Ibid*, hlm 49

		X1 ₂	0,623	Valid
		X1 ₃	0,736	Valid
		X1 ₄	0,498	Valid
		X1 ₅	0,282	Valid
2	Promosi (X2)	X2 ₁	0,425	Valid
		X2 ₂	0,744	Valid
		X2 ₃	0,818	Valid
		X2 ₄	0,645	Valid
		X2 ₅	0,439	Valid
3	Syariah (X3)	X3 ₁	0,348	Valid
		X3 ₂	0,447	Valid
		X3 ₃	0,547	Valid
		X3 ₄	0,536	Valid
		X3 ₅	0,403	Valid
4	Minat (Y)	Y ₁	0,471	Valid
		Y ₂	0,781	Valid
		Y ₃	0,821	Valid
		Y ₄	0,681	Valid
		Y ₅	0,471	Valid

Sumber : Data Diolah, 2015

Berdasarkan tabel diatas maka dapat di simpulkan bahwa variabel-variabel dalam kuisisioner tersebut di nyatakan valid.dan dapat digunakan dalam analisis berikutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas instrumen dapat dilihat dari besarnya nilai cronbach alpha pada masing-masing variabel. *Cronbach alpha* digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten jika pengukuran diulang. Atau menguji ke konsistenan responden terhadap setiap item pertanyaan, ketidak konsistenan dapat saja terjadi di karenakan responden kurang memahami item pertanyaan atau adanya perbedaan pendapat terhadap item pertanyaan.⁷⁶

Sekaran mengemukakan bahwa reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Hasil dari uji reliabilitas dapat di lihat pada tabel 4.7:

Tabel 4.7

Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
Pelayanan (X1)	0,734	<i>Reliabel</i>
Promosi (X2)	0,818	<i>Reliabel</i>
Syariah (X3)	0,699	<i>Reliabel</i>
Minat (Y)	0,838	<i>Reliabel</i>

Sumber : Data Diolah 2015

Dari tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa koefisien *cronbach Alpha* untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,60 sehingga di nyatakan reliabel.

⁷⁶ *Ibid*, hlm 49

D. Uji Estimasi Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna melihat apakah variabel independen maupun variabel dependen mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Dari hasil uji normalitas yang dilakukan terhadap penelitian ini diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Minat
N		81
Normal	Mean	20.05
Parameters ^a	Std. Deviation	2.602
Most	Absolute	.113
Extreme	Positive	.113
Differences	Negative	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		1.021
Asymp. Sig. (2-tailed)		.249

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data Diolah ,2015

Untuk uji normalitas dapat dilihat pada signifikansi (Asymp.sig), dengan ketentuan jika signifikansi (Asymp.sig) $>0,05$ maka data berdistribusi normal sedangkan jika signifikansi (Asymp.sig) $<0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Dari tabel diatas diketahui bahwa data minat nilai Asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,249. Karena signifikansi lebih dari 0,05 maka data minat di nyatakan berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinietitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi di temukan adanya hubungan yang kuat diantara variabel independen. Hair et.al mengemukakan cara untuk mengetahui ada tidaknya multikololineritas, yaitu dengan melihat besarnya nilai toleransi value atau Variance Inflation Faktor (VIF). Apakah nilai VIF lebih kecil dari 0,10 atau lebih besar dari 10 maka terjadi multikolineritas dan juga sebaliknya. Nili VIF dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Hasil Pengujian Multikolineritas

Variabel	Nilai VIF	Ket
Pelayanan (X1)	1,105	Bebas Multikolineritas
Promosi (X2)	1,060	Bebas Multikolineritas
Syariah (X3)	1,085	Bebas Multikolineritas

Sumber : Data Diolah, 2015

Dari tabel diatas terlihat semua variabel bebas, memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi adanya penyimpangan asumsi klasik multikolineritas antar variabel bebas/independen dalam model.

3. Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel dependen tidak berkolerasi dengan dirinya sendiri. Maksud kolerasi dengan diri sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak

berhubungan dengan nilai dari variabel itu sendiri, baik nilai variabel sebelumnya atau nilai periode sesudahnya.

Dalam pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokolerasi positif
- Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokolerasi
- Angka D-W diatas +2 berarti ada autokolerasi negatif

Tabel 4.10

Hasil Pengujian Durbin Watson

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.408 ^a	.166	.134	2.422	2.618

a. Predictors: (Constant), Syariah, Promosi, Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Diolah,2015

Dari tabel diatas di dapatkan nilai Durbin-Watson (DW hitung) sebesar 2,618. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan DW hitung berada diantara +2 berarti tidak ada autokolerasi.

4. Heteroskedasitisitas

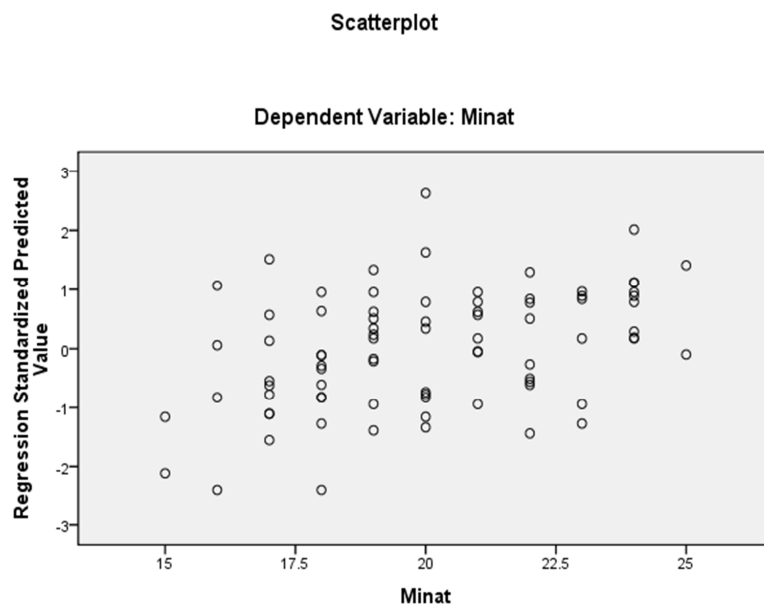
Dalam SPSS metode yang sering digunakan untuk mendekti adanya heteroskedasitisitas yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada scatterplot yang menunjukkan hubungan antara Regression Studentised Residual denagn Regression Standarized Predicted Value. Dasar pengambilan keputusan berkaitan dengan gambar tersebut adalah:

- a. Jika terjadi pola tertentu, yaitu jika titik-titiknya membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka di indikasikan terdapat masalah heteroskedasitas.
- b. Jika tidak terdapat pola yang jelas, yaitu jika titik-titiknya menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka diindikasikan tidak terdapat masalah heteroskedasitas.

Dari hasil uji heteskedasitas yang dilakukan terhadap penelitian ini diperoleh sebagai berikut:

Gambar 4.1

Hasil uji heteroskedasitas



Sumber : Data Diolah, 2015

Dari gambar diatas dapat diketui bahwa tidak terjadi heteroskedasitas sebab tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan d bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat dikatakan uji heteroskedasitas terpenuhi.

E. Analisis regresi berganda

Berdasarkan hasil pengelolaan data dengan bantuan SPSS 16.0 dapat dilihat rangkuman hasil empiris penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil uji regresi linier berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	11.665	5.690		2.050	.044
	Pelayanan	.474	.211	.246	2.252	.027
	Promosi	.298	.137	.233	2.171	.033
	Syariah	-.353	.127	-.301	-2.780	.007

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Diolah,2015

Dari tabel 4.10 di atas diperoleh suatu model persamaan regresi berganda, dimana nilai *beta* diambil dari *unstandarlized coefficient* sebagai berikut:

$$Y = 0,11665 + 0,474 X1 + 0,298 X2 + 0,-353 X3$$

Keterangan :

Y : minat

X1 : pelayanan

X2 : promosi

X3 : Syariah

Dari persamaan tersebut diatas berarti bahwa nilai konstanta yang di hasilkan sebesar 0,11665 mengindikasikan bahwa jika nilai variabel pelayanan promosi dan syariah dianggap konstan, maka faktor-faktor yang

mempengaruhi minat nasabah di PT Asuransi takaful keluarga cabang Palembang adalah sebesar 0,11665.

Nilai koefisien regresi Pelayanan sebesar 0,474 artinya pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat nasabah pada PT Asuransi Takaful Keluarga cabang Palembang karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai pelayanan sebesar 1 maka minat nasabah dalam memilih PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang akan meningkat sebesar 47,4%. Artinya semakin baik pelayanan maka semakin tinggi pula minat nasabah dalam memilih PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang.

Nilai koefisien regresi Promosi sebesar 0,298 artinya promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat nasabah dalam memilih PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai promosi sebesar 1 maka minat nasabah dalam memilih PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang akan meningkat sebesar 29,8%. Artinya semakin baik promosi maka semakin tinggi pula minat nasabah dalam memilih PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang.

Nilai koefisien regresi syariah sebesar -0,353 artinya syariah mempunyai pengaruh negatif terhadap minat nasabah dalam memilih PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang karena koefisien regresi variabel bernilai negatif. Hal ini berarti setiap penambahan 1 ke titik syariah, maka tingkat minat nasabah akan menurun sebesar 0,353. Artinya semakin buruk syariah maka semakin rendah pula minat nasabah dalam memilih PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang.

5. Pengujian Hipotesis

1. Uji Simultan dengan F-Test

Tabel 4.12

Hasil uji simultan dengan F-Test

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	90.023	3	30.008	5.114	.003 ^a
	Residual	451.779	77	5.867		
	Total	541.802	80			

a. Predictors: (Constant), Syariah, Promosi, Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat

Sumber : Data Diolah, 2015

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat dijelaskan dengan pengujian terhadap koefisien regresi dengan tingkat keyakinan 95% (signifikan 5%) $df_1 = k-1$ dan $df_2 = n-k-1$. Karena pengujian hipotesis ini menggunakan system dua (2) arah, maka signifikan di bagi menjadi dua (signifikan $= 0,05/2 = 0,025$). Maka f tabel yang diperoleh dengan menggunakan taraf signifikansi 2,5% adalah 4,2909. F hitung sebesar 5,114 dengan F tabel sebesar 4,2909 dengan demikian F hitung > F tabel dengan tingkat signifikansi yang diperoleh $0,003 < 0,05$ sehingga secara bersama-sama pelayanan, promosi dan syariah berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang.

6. Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 4.13

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.408 ^a	.166	.134	2.422	2.618

a. Predictors: (Constant), Syariah, Promosi, Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat

Sumber : Data Diolah,2015

Untuk mengetahui sampai seberapa besar persentase variasi variabel bebas pada mosel dapat diterangkan oleh variabel terikat, maka digunakan koefisien determinasi (R²). Besarnya koefisien determinasi tau R² sebesar 0,166 dapat di artikan bahwa 16,6% variasi variabel minat nasabah dalam memilih PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang dapat diterangkan oleh variabel pelayanan (X1), Promosi (X2) dan Syariah (X3), sedangkan sisanya (83,4%) di pengaruhi oleh variabel lain di luar model.

7. Analisis regresi persial

Untuk mengetahui variabel yang dominan pengaruhnya terhadap minat nasabah dalam memilih PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang (Y), dapat di lihat pada hasil pengujian pengaruh secara bersama-sama variabel pelayanan(X1), promosi(X2), Syariah(X3) terhadap minat nasabah dalam memilih Asuransi Takaful Keluarga cabang Palembang (Y) yang memiliki koefisien beta paling besar, maka secara persial pengujiannya adalah sebagai berikut:

a. Variabel Pelayanan (X1)

Uji t terhadap variabel Pelayanan(X1) di dapatkan t hitung sebesar 2,252 dengan signifikansi t sebesar 0,027 karena signifikansi t lebih kecil dari 5%

($0.027 \leq 0,05$) sehingga H_0 ditolak, maka secara parsial variabel Pelayanan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih asuransi di PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang (Y). Dari hasil analisis ini dapat diinterpretasikan bahwa perbaikan pelayanan, daya tarik fisik, dan kecepatan transaksi akan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang

b. Variabel Promosi

Uji t terhadap variabel Promosi (X2) di dapatkan t hitung sebesar 2,171 dengan signifikansi t sebesar 0,033 karena signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0.033 \leq 0,05$) sehingga H_0 ditolak, maka secara parsial variabel Promosi (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih asuransi di PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang (Y). Dari hasil analisis ini dapat diinterpretasikan bahwa pengalaman baik dan informasi produk kepada nasabah mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang.

c. Variabel Syariah

Uji t terhadap variabel Syariah (X3) di dapatkan t hitung sebesar -2,780 dengan signifikansi t sebesar 0,007 karena signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0.007 \leq 0,05$) sehingga H_0 ditolak, maka secara parsial variabel Syariah (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih asuransi di PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang (Y). Dari hasil analisis ini dapat diinterpretasikan bahwa sistem yang digunakan secara

syariah akan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang.

Dari analisis ini diketahui bahwa variabel bebas (X) yang berpengaruh paling dominan terhadap minat nasabah dalam memilih PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang (Y) adalah variabel Pelayanan (X1). Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi B dari variabel Pelayanan (X1) sebesar 0,474 atau sebesar 47,4% yang merupakan koefisien beta dari variabel lainnya Promosi (X2) sebesar 0,298, variabel Syariah (X3) sebesar -0,353.

F. Analisis Pengaruh Pelayanan Promosi dan Syariah terhadap minat nasabah dalam memilih Asuransi Syariah (studi kasus pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang).

Penulis menyimpulkan bahwa faktor pelayanan di PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang sangat dominan terhadap minat nasabah, dilihat dari segi kinerjanya karyawan. Pelayanan sangat penting karena dengan pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati, baik dari masyarakat maupun dari perusahaan saingan. Jika masyarakat simpati akan menimbulkan kepercayaan sehingga pemasaran produk/jasa akan lebih lancar.

Pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat, andal dapat dipercaya, bertanggung jawab atas apa yang dijanjikan, tidak pernah memberikan janji yang berlebihan dan selalu memberikan jajnjinya.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - a. Berdasarkan hasil analisis data ternyata terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Pelayanan terhadap minat nasabah dalam memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang yang menghasilkan nilai t hitung sebesar 2,252 dengan probabilitas $0,027 < 0,05$. Dengan demikian maka hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Pelayanan terhadap minat nasabah dalam memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang adalah diterima.
 - b. Berdasarkan hasil analisis data ternyata terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Promosi terhadap minat nasabah dalam memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang yang menghasilkan nilai t hitung sebesar 2,171 dengan probabilitas $0,027 < 0,05$. Dengan demikian maka hipotesis kedua yang menyatakan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Promosi terhadap minat nasabah dalam memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang adalah diterima.
 - c. Berdasarkan hasil analisis data ternyata terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Syariah terhadap minat nasabah dalam memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang yang menghasilkan nilai t hitung sebesar -2,780 dengan probabilitas $0,007 < 0,05$. Dengan demikian maka hipotesis kedua yang menyatakan ada pengaruh yang positif dan

signifikan antara promosi terhadap minat nasabah dalam memilih PT.

Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang adalah diterima.

2. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dengan analisis regresi parsial dengan menggunakan probabilitas menunjukkan bahwa Variabel Pelayanan (X1) merupakan variabel yang pengaruhnya dominan terhadap minat nasabah dalam memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang (Y) karena memiliki koefisien regresi B yang paling besar yaitu sebesar 0,474 atau sebesar 47,4%. Jadi nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang lebih mempertimbangkan faktor minat yaitu pelayanan yang baik dan memuaskan.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang diperoleh memberikan indikasi bahwa faktor pelayanan, promosi dan syariah berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang. Oleh karena itu diharapkan PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang dapat meningkatkan pelayanan, promosi dan mempertahankan sistem syariah agar dapat meningkatkan minat nasabah dalam memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

Al Qur'anul Karim

Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, 2004, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Prenada Media

Agis Cacac S P dkk, 2005, *Modul Pengetahuan Dasar Takaful*, Jakarta, PT Syarikat asuransi takaful Indonesia

Agus Edi Sumanto, dkk., 2009 *Solusi Berasuransi: Lebih Indah dengan Syariah*, Bandung: PT.Salamadani Pustaka Semesta, Cet.1

Agus Gozali, Triana, 2010, *Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan beli jasa Asuransi Takaful Dana Pendidikan (studi kasus pada nasabah PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Yogyakarta)* Skripsi (Yogyakarta, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Ahmad Warson Munawwir, 1997, *Kamus Al Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap*, Yogyakarta: Pustaka Progressif

Akmal, Hawi. 2010. *Pedoman Penulisan Skripsi Dan Karya Ilmiah*. Palembang: Rafah Press.

Akbar, Dinul Alfian. 2009. *Modul Aplikasi Komputer IV (SPSS)*. Ekonomi islam Fakultas Syariah IAIN Raden Fatah Palembang.

AM. Hasan Ali, 2004 *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam*, Jakarta: Kencana, cet. 1

Barata, Atep Adya, 2004, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, cetakan kedua, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta

Djaslin, Saladin, 1997, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank*, Jakarta, mandiri maju

Fauzi, Yayan, 2010, *Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menabung di perbankan syariah (kasus pada bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta)*, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Syariah Universitas IslamNnegeri Sunan Kalijaga.

Gemala Dewi, 2007, *Aspek-aspek Hukum Dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesi*, Jakarta ctk.Keempat. Kencana

Hendi Suhendi, Deni K. Yusup, 2005 *Asuransi Takafuldari Teoritis ke Praktis*, Bandung: Mimbar Pustaka.

Husain Syahatah, 2006 *Asuransi Dalam Perspektif Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika Offset

Ibnu Katsir, 1999, *Terjemahan Ringkasan Tafsir Ibnu Ktsir* ,Jakarta : Gema Insan Press.

Irawan Hendi, 2009, *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memutuskan menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang*. Skripsi, Malang, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri,

- Kasmir, 2002, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada
- Kurniartha Alvernia, 2007, *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam berasuransi dan peluangnya untuk memilih Asuransi Syariah*, Tesis Jakarta, Fakultas Pascasarjana Universitas Indonesia,
- Maysaroh Damayanti, 2014, *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah*, Skripsi (Yogyakarta, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- M. Taufiq Reza a.f “*Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Mega Tbk Cabang Makassar* Skripsi, Makassar, Fakultas Manajemen Universitas Hasanuddin.
- Muhammad Syakir Sula, 2004 *Asuransi Syariah*, cet. ke-1, Jakarta: Gema Insani
- Muhammad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Muhammad bin Ismail Abu ,Abdallah Al-Bukhari Al-Ja’fi, 1987 *Shahih Bukhari*, Beirut: Daaribn Katsir, V.1
- Mursid, M. 2006, *Manajemen pemasaran*. Jakarta : Bumi aksara
- Natalia, Dessi, 2014, *faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah menabung di Bank BRI Syariah cabang Palembang*. Skripsi, Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah,
- R Lerbin, Aritonang, 2005, *Kepuasan Pelanggan, Pengukuran Dan Penganalisaan Dengan SPSS*, edisi pertama, Jakarta ,Penerbit : Gramedia Pustaka Utama
- Purdarminto, WJS. 2002 *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta : Balai Pustaka
- Reza A.F M. Taufik, 2012, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Mega Tbk Cabang Makassar*, Skripsi Makassar, Fakultas Manajemen Universitas Hasanuddin, 2012) akses 08 Februari 2015.
- Rina Antasari, 2007, *Hukum Ekonomi Perbankan*, Palembang IAIN Raden Fatah Press Anggota IKAPI
- Rifa'atul Machmudah, 2009, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Cimb Niaga Syariah Cabang Semarang*, skripsi IAIN ekonomi Islam.

- Slameto, 2010, *belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*, Jakarta : PT RINEKA CIPTA
- Soeisno Djojosoedarso, 2003, *Prinsip-Prinsip Manajemen Risiko dan Asuransi*, Jakarta: Salemba Empat, ,
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukron, 2012, *Faktor yang mempengaruhi minat nasabah non Muslim menjadi nasabah di Bank BNI syariah Cabang Semarang*, Skripsi, Semarang Institut Agama Islam Negeri Walisongo.
- Tjipono Fandy. 2002, *strategi pemasaran*, Yogyakarta: ANDI
- Wahjono, Imam sentot, 2010, *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wantara, Priganus. 1997. *Analisis Minat Konsumen PNS Dalam Rumah Sederhana Malang*. Program Pasca Sarjana UNIBRAW, Malang
- Winkel, WS. 1993. *Psikologi dan Evaluasi belajar*. Jakarta, Gramedia.
- W.J.S. Poerwadarmanta, 2006, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka
- Yadi Janwari dan A Djazuli, 2002, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat Sebuah Pengenalan*, Jakarta : PT raja grafindo persada.
- Warman Muhammad, 2012, *Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk menabung pada Bank syari'ah (Bank sumselBabel Cabang Syari'ah Palembang)* Skripsi, Palembang, Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri.
- Yuliati, Lilis, 2011, *Faktor-faktor Yang mempengaruhi Minat masyarakat berinvestasi Sukuk*, Jurnal Universitas Jember akses 08 februari 2015
- Zainudin Ali, 2008, *Hukum Asuransi Syari'ah*, Jakarta : Sinar Grafika