

**PENGARUH PERAN AGEN TERHADAP
MINAT NASABAH ASURANSI SYARIAH DI
KANTOR PRUDENTIAL PONOROGO
SKRIPSI**



Oleh:

NAELA FAIZA TINNAFISAH

NIM: 210717084

Pembimbing:

RIDHO ROKAMAH, M.S.I

NIP. 197412111999032002

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PONOROGO
2021**

ABSTRAK

Tinnafisah, Naela Faiza. Pengaruh Peran Agen Terhadap Minat Nasabah Asuransi Syariah Di Kantor Prudential Ponorogo. *Skripsi*. 2021. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Ridho Rokamah S.Ag.,

Kata Kunci: Agen, dan Keputusan Pembelian

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri, semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minat. Dan semakin kuat peran agen maka semakin besar minat nasabah. Namun pada faktanya dalam penelitian ini terdapat masalah yang mana dalam variabel peran agen yang baik dan sesuai dengan ketentuan kantor tetapi minat nasabah rendah untuk ikut bergabung menjadi nasabah.

Rumusan masalah penelitian ini bermaksud untuk meneliti Apakah peran agen berpengaruh terhadap minat nasabah asuransi syariah di kantor prudential ponorogo?

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Cochran, dengan jumlah 97 responden asuransi syariah di Kantor Prudential Ponorogo. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner sedangkan analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Dari hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa: Secara parsial, variabel peran agen berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah asuransi syariah di Kantor Prudential Ponorogo. Yang ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7,745 > 1,985$ dan nilai signifikansi uji $t <$ dari nilai sig yaitu $0,000 < 0,05$. Peran agen berpengaruh terhadap minat nasabah sebesar 38,7%.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya, Desa Pintu, Jenangan, Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	
1	Naela Faiza Tinnafisah	210717084	Ekonomi Syariah	Pengaruh Peran Agen Dan Pemasaran Produk Terhadap Minat Nasabah Asuransi Syariah Di Kantor Prudential Ponorogo.

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 22 April 2021



Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Luhur Prasetyo. S. Ag., M.E.I.
NIP. 197801122006041002

Menyetujui,

Ridho Rokamah S.Ag.,
NIP.197412111999032002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya, Desa Pintu, Jenangan, Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Pengaruh Peran Agen Terhadap Minat Nasabah Asuransi
Syariah Di Kantor Prudential Ponorogo.
Nama : Naela Faiza Tinnafisah
NIM : 210717084
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu
syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang :
Dr. Aji Damanuri, MEI
NIP. 19750602200212100


Penguji I :
Ika Susilawati, SE., M.M
NIP. 197906142009012005

Penguji II :
Ridho Rokamah S. Ag., MSI
NIP. 197412111999032002

Ponorogo, 05 Mei 2021

Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bersangkutan dibawah ini:

Nama : Naela Faiza Tinnafisah
NIM : 210717084
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Pengaruh Peran Agen Terhadap Minat Nasabah Asuransi
Syariah Di Kantor Prudential Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi/tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di ethesis.iainponorogo.ac.id. adapun isi dari keseluruhan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 05 Mei 2020

Penulis



Naela Faiza Tinnafisah

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Naela Faiza Tinnafisah

NIM : 210717084

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Pengaruh Peran Agen Terhadap Minat Nasabah Asuransi Syariah Di Kantor
Prudential Ponorogo

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 05 Mei 2021
Demi buat Pernyataan,

METERAI
TEMPEL
3B57DAJX069251901
Nama : Naela Faiza Tinnafisah
NIM : 210717084

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II : KAJIAN TEORITIS, STUDI PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERFIKIR, DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teoritis	11
1. Minat Nasabah	11
a. Pengertian Minat.....	11
b. Indikator Minat Nasabah	14
c. Faktor Minat Nasabah.....	15
d. Dimensi Minat	16
e. Macam Macam Minat.....	18
2. Peran Agen.....	20
a. Pengertian Peran Agen	20

b. Indikator Peran Agen.....	24
c. Tata Pelaksanaan Agen.....	24
d. Hubungan Variabel.....	25
B. Studi Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Berfikir	33
D. Hipotesis	34

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian.....	36
B. Variabel Penelitian dan Devinisi Operasioanl,..	37
1. Variabel Penelitian.....	37
2. Devinisi Operasional.....	38
C. Lokasi Penelitian.....	39
D. Populasi dan Sampel	40
1. Populasi.....	40
2. Sampel	41
3. Teknik <i>Sampling</i>	42
E. Jenis dan Sumber Data.....	43
F. Teknik Pengumpulan Data.....	44
G. Instrumen Penelitian	46
H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	47

BAB IV : PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA

A. Gambaran UmumObjek Penelitian	58
1. Sejarah Berdirinya Kantor Prudential.....	58
2. Visi, Misi Kantor Prudential Asuransi Syariah	59
3. Struktur Organisasi Kantor Prudential Asuransi Syariah	61
4. Letak Geografis Kantor Prudential Asuransi Syariah	63
B. Hasil Pengujian Instrumen.....	64

C. Hasil Pengujian Deskriptif.....	67
D. Hasil Pengujian Hipotesis	72
1. Hasil Uji Asumsi Klasik	72
a. Uji Normalitas	72
b. Uji Heterokedastisitas	74
c. Uji Autokolerasi.....	76
d. Uji Multikolinieritas	78
2. Hasil Uji Analisis Korelasi	80
3. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	82
4. Hasil Uji Hipotesis.....	84
a. Uji t	84
b. Uji f.....	86
c. Koefisien Determinasi	87
E. Pembahasan	
1. Pengaruh Peran Agen Terhadap Minat Nasabah Asuransi Syariah Di Kantor Prudential Ponorogo	88
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	91
1. Pengaruh Peran Agen Terhadap Minat Nasabah Asuransi Syariah Di Kantor Prudential Ponorogo	91
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian	39
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	47
Tabel 3.3 Kriteria Pengambilan Keputusan Metode Durbin Watson	53
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	65
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	66
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.5 Usia	70
Tabel 4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
Tabel 4.7 Skor Kuesioner Variabel Peran Agen.....	72
Tabel 4.8 Skor Kuesioner Variabel Minat Nasabah	73
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	75
Tabel 4.10 Hasil Uji Heterokedstisitas	77
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Heterokedstisitas	77
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi	78
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Autokorelasi	78
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	79
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Multikolinieritas	79
Tabel 4.16 Hasil Korelasi antara Variabel X dan Variabel Y	81
Tabel 4.17 Hasil Korelasi Antara Variabel X Dan Variabel Y	81
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	

(X) Y	82
Tabel 4.22 Hasil Uji t.....	85
Tabel 4.23 Hasil Uji F.....	86
Tabel 4.24 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R Square).....	87



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....34



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa modern ini pola hidup masyarakat Indonesia semakin maju. Ilmu pengetahuan dan teknologi perkembangan semakin maju dan berkembang pesat. Dengan adanya perkembangan tersebut sangat membawa perubahan yang semakin drastis seperti, munculnya berbagai fasilitas yang memudahkan kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhannya.¹ Beragam macam lembaga pertanggung jawaban telah banyak didirikan, termasuk juga salah satunya perusahaan asuransi syariah. Asuransi syariah adalah usaha yang saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk *asset* atau dana *tabarru'* yang mengembalikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad yang sesuai dengan sistem syariah.² Karena kita sebagai umat manusia tidak akan mengetahui tentang apa yang akan terjadi di masa yang akan datang secara sempurna. Hal ini disebabkan karena masa yang akan datang dapat terjadi kepada seluruh makhluk hidup yang ada di bumi ini khususnya umat manusia semisal keterkaitan dengan kematian, sakit ataupun dipecat dari pekerjaan, dan lain-lain.

¹John C. Mowen, Michael Minor, Terj. Dwi Kartini Yahya, *Perilaku Konsumen Jilid 2* (Bandung: Erlangga, 2001), 2.

²Ahmad Rodoni, *Asuransi Dan Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), 21.

Dengan salah satu adanya produk jasa asuransi yang mana bisa membantu para nasabah sesuai kebutuhan masing-masing untuk membantu kegiatan manusia dikala membutuhkan di waktu mendesak.

Dalam bisnis yang kita hadapi tentu saja ada resikonya, seperti: kebakaran, kerusakan, kehilangan dan kerugian. Setiap resiko yang diterima perlu menanggulangi dengan mengurangi tingkat kerugian tersebut. Kerugian yang ditimbulkan bukan hanya berupa kerugian ekonomi secara keseluruhan saja, melainkan juga berupa fisik maupun mental bagi yang terkena musibah. Maka dari itu diperlukannya perusahaan yang mau menanggung resiko tersebut yaitu perusahaan asuransi yang dapat meminimalisir kerugian yang besar dan menggantikannya secara *financial* di kemudian hari.

Asuransi merupakan salah satu sarana keuangan (*financial*) dalam tata kehidupan rumah tangga, baik dalam menghadapi resiko kematian, ataupun menghadapi resiko atas harta benda yang dimiliki. Mengingat bahwa kehidupan manusia tidak terlepas dari berbagai resiko yang dapat menimbulkan kerugian, maka mengikuti asuransi adalah sebuah pilihan yang bijak. Asuransi menjadi salah satu acuan akan pemenuhan kebutuhan serta rasa aman atas terjadinya faktor ketidakpastian yang mungkin terjadi di kehidupan

seseorang maupun resiko yang akan dialami perusahaan.³

Asuransi bisa disebut dengan jaminan antara agen dan nasabah yang berguna untuk membantu para masyarakat yang membutuhkan penanganan jangka panjang untuk kedepannya. Dalam asuransi ini mempunyai macam-macam produk jasa asuransi di antaranya: asuransi pendidikan, asuransi jiwa, asuransi penyakit kritis, asuransi kecelakaan, dan produk unit link. Sebenarnya dalam produk jasa asuransi syariah ini memiliki banyak macam produk asuransi, tetapi yang banyak di ambil oleh para agen yaitu produk jasa yang sering dibutuhkan para nasabah.

Sebagai salah satu perusahaan asuransi jiwa yang besar, tentunya diikuti pula dengan jumlah tenaga pemasar atau agen yang besar. Agen asuransi adalah orang yang bekerja sendiri atau bekerja pada badan usaha, yang bertindak untuk dan atas nama Perusahaan Asuransi atau Perusahaan Asuransi Syariah yang memenuhi persyaratan untuk mewakili Perusahaan.

Dalam hal ini, posisi seorang agen asuransi bagi sebuah perusahaan asuransi sangat strategis, karena lewat agen inilah perusahaan dapat memasarkan atau menjual produknya kepada calon nasabah. Agen juga merupakan aset yang sangat berharga bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan pendidikan dan pelatihan terlebih dahulu kepada agen-

³Rizki Zayusman, "Pengaruh Pemahaman Dan Peran Agen Terhadap Minat Nasabah Memilih Asuransi Takaful Keluarga Banda Aceh," Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam, 2 (November 2019), 216.

agennya sebelum terjun memasarkan produk asuransi. Mengingat pentingnya keberadaan suatu agen bagi perusahaan asuransi, seorang agen dituntut untuk memiliki pengetahuan di bidang asuransi, produk-produk asuransi, dan cara memasarkan suatu produk asuransi. Apalagi untuk agen asuransi syariah, selain menguasai asuransi umum, dia juga harus menguasai asuransi syariah serta perbedaannya dengan asuransi konvensional.

Maka dari itu, sebelum seorang agen mendapatkan izin untuk memasarkan produk asuransi, ia harus melewati serangkaian proses, mulai dari proses pendaftaran sebagai agen suatu perusahaan asuransi sampai mengikuti ujian baik itu ujian dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) maupun ujian dari Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI).

Agan dinyatakan lulus ujian, maka ia akan menerima kartu lisensi agen asuransi syariah. Kartu lisensi tersebut, memberikan wewenang kepada agen untuk memasarkan produk asuransi syariah. Tetapi sebaliknya, jika agen tidak lulus ujian dan tidak memiliki kartu lisensi agen asuransi syariah, maka ia tidak boleh memasarkan produk asuransi syariah.⁴

Pada umumnya setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan yang dapat berkembang pesat untuk kedepannya, tujuan tersebut akan dapat tercapai apabila perusahaan sudah mampu untuk mempertahankan dan meningkatkan hasil penjualannya dengan mencari

⁴ Vita Ardiani, *Hasil Wawancara*, 30 Maret 2021.

nasabah dan membina para nasabah kedepannya untuk menjalankan sebuah amanat.

Dengan keadaan ekonomi yang cenderung mengalami penurunan yang mencolok tajam seperti saat ini akibat pengaruh covid-19 mengakibatkan krisis ekonomi dan memberikan dampak buruk terhadap sektor-sektor riil perekonomian Indonesia. Pertumbuhan dunia usaha khususnya dunia usaha asuransi merupakan salah satu bidang usaha yang sangat potensial untuk dikembangkan dimasa yang akan datang. Selama ini bidang jasa asuransi sudah cukup berkembang, seiring dengan kebutuhan masyarakat akan jaminan resiko yang akan terjadi pada saat kegiatan mereka. Asuransi hadir membantu para nasabahnya untuk meringankan beban dari risiko yang sedang dialami oleh para nasabah. Kegiatan tolong menolong tersebutlah yang dinilai sebagai hal positif dari lembaga pertanggungan yang disebut asuransi syariah.

Posisi seorang agen asuransi bagi sebuah perusahaan asuransi sangat strategis, karena lewat agen inilah perusahaan dapat memasarkan atau menjual produknya kepada calon nasabah. Mengingat pentingnya keberadaan suatu agen bagi perusahaan asuransi, seorang agen dituntut untuk memiliki pengetahuan di bidang asuransi, produk-produk asuransi, dan cara memasarkannya suatu produk asuransi.

Salah satu keberhasilan perusahaan asuransi syariah ialah melalui pemasaran. Pemasaran pada

asuransi syariah lebih diperlukan kemampuan merekrut, membina, mengembangkan dan *personal selling* (komunikasi langsung antara penjual dan calon nasabah serta membentuk minat nasabah terhadap produk sehingga nasabah tertarik untuk membeli produk). Pada umumnya pemasaran asuransi syariah dilakukan melalui agen, agen merupakan seseorang atau badan hukum yang kegiatannya memberikan jasa dalam memasarkan jasa asuransi syariah atas nama perusahaan asuransi.⁵

Dalam upaya menarik minat nasabah untuk mengasuransikan dananya di Kantor Prudential Ponorogo dilakukan berbagai upaya yaitu peran agen. Yang mana dalam peran agen disini berperan penting dalam suatu kegiatan untuk melayani nasabah dan memasarkan produknya dengan baik.

Minat merupakan suatu sifat yang relatif menetap pada diri seseorang. Minat sangat besar sekali pengaruhnya sebab dengan minat, seseorang akan melakukan sesuatu yang diminatinya. Sebaliknya, tanpa minat seseorang tidak mungkin melakukan sesuatu.

Tanpa peran agen tersebut, prospek bisa kesulitan mendapatkan pelayanan jasa asuransi. Bagi perusahaan tertentu, apabila agen asuransi tidak berperan optimal, produktivitas penjualan akan semakin rendah. Dalam perusahaan asuransi yang menjadi tenaga penjual untuk memberikan wawancara secara langsung

⁵Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Prenada Media, 2009), 127.

kepada para konsumen maupun nasabah dilakukan oleh seorang agen, yang mana untuk menjalankan amanat mengerjakan prospek menjadi agen agar bisa membimbing para nasabah dengan baik.

Menurut M, Wahyu Prihartono,agen merupakan ujung tombak keberhasilan pencapaian tujuan organisasi.⁶ Dimana agen sangatlah berperan terhadap penawaran produk baru pada asuransi syariah saat ini, agen memberikan pelayanan dalam menawarkan produk atas perlindungan terhadap kebutuhan maupun harta benda.

Peran agen menjadi salah satu hal penting dalam upaya menarik minat nasabah untuk mengasuransikan dananya. Dengan adanya agen disini melakukan promosi produk-produk yang ditawarkan kepada nasabah maka dari itu pengetahuan atau informasi yang akan diperoleh nasabah menjadi luas.

Minat dapatdiartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dan disertai perasaan senang.⁷ Sedangkan minat nasabah untuk mengasuransikan dana yaitu keinginan yang datang dari diri nasabah untuk menggunakan produk atau jasa untuk melakukan penyimpanan atas uang mereka dengan tujuan tertentu.

⁶ M, Wahyu Prihartono, *Manajemen Pemasaran Dan Tata Usaha Asuransi* (Yogyakarta: Kanisius, 2001), Hal 6.

⁷Abdul Rahman Saleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2005), 262-263.

Seseorang yang tertarik untuk mengasuransikan dananya biasanya akan mencari informasi dari berbagai sumber agar mendapatkan informasi tentang sistem dan produk asuransi syariah. Seharusnya ketika agen sudah memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan ketentuan pihak asuransi maka seharusnya sudah mampu menarik minat nasabah untuk bergabung dengan Prudential. Akan tetapi pada kenyataannya banyak nasabah yang menolak untuk ikut bergabung dengan Asuransi Prudential karena berbagai alasan yaitu setiap nasabah itu berbeda cara pendekatan, apalagi orang yang belum pernah menerima asuransi, yang mereka terima adalah investasi dengan bunga tinggi. Padahal pada dasarnya asuransi itu jaminan jangka panjang atas fasilitas kesehatan, pendidikan, penyakit kritis, jiwa dan masih banyak produk lainnya. Melihat kondisi tersebut maka peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruh peran agen dan pemasaran produk terhadap minat nasabah asuransi syariah di kantor prudential ponorogo. Sehingga dari permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk membuat suatu penelitian yang berjudul **“Pengaruh Peran Agen Terhadap Minat Nasabah Asuransi Syariah Di Kantor Prudential Ponorogo”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah peran agen berpengaruh terhadap minat nasabah asuransi syariah di kantor prudential ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah peran agen berpengaruh terhadap minat nasabah asuransi syariah di kantor prudential ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Masyarakat Nasabah
Mengetahui seberapa tinggi minat nasabah terhadap produk asuransi syariah, sehingga dapat lebih bijak ketika berhadapan dengan para agen asuransi syariah.
2. Bagi Agen Asuransi Syariah
Dapat dijadikan sebagai bahan koreksi diri, agar selalu meningkatkan kemampuan dan pengetahuan terkait asuransi syariah, sehingga pelayanan prima bagi nasabah dapat terwujud.
3. Bagi Perusahaan Prudential
Dapat digunakan oleh perusahaan asuransi syariah untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas dari para agen-agennya demi meningkatkan pemasaran asuransi syariah di kalangan masyarakat Indonesia.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika dari penulisan skripsi ini dibuat menjadi bagian bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi uraian latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan yang menyangkut tentang penelitian ini.

BAB II : TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS

Pada bab ini membahas tentang landasan teori yang relevan dengan variabel penelitian. Teori-teori yang dibahas yaitu teori tentang peran agen, minat nasabah. Penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis yang memuat jawaban sementara mengenai permasalahan penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian, berisi tentang rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data berisi hasil dari penelitian berupa suatu gambaran umum objek penelitian, deskripsi data penelitian dan responden, uji validitas dan realibilitas, analisis data penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini memaparkan kesimpulan menjelaskan tentang hasil penelitian dan juga pembahasan disesuaikan dengan rumusan masalah dan juga tujuan penelitian yang disajikan dengan singkat dan jelas. Sedangkan saran adalah suatu himbuan bagi para pembaca atau instansi lembaga yang terkait sehingga saran yang telah dipaparkan dapat memberikan pengetahuan serta memberikan manfaat dan dapat dikembangkan menjadi bahan kajian penelitian berikutnya.

BAB II

TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Minat Nasabah

a. Pengertian Minat Nasabah

Minat nasabah menurut Schiffan, Kanuk dan Lazar yaitu pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya.¹

Minat adalah kecenderungan yang menetap dan subjek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam hal ini, dan juga keinginan kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang.²

Minat merupakan suatu sifat yang relatif menetap pada diri seseorang. Minat sangat besar sekali pengaruhnya sebab dengan minat, seseorang akan melakukan sesuatu yang diminatinya. Sebaliknya, tanpa minat seseorang tidak mungkin melakukan sesuatu. Misalnya seseorang anak menaruh barang kesenian, maka

¹ Leon Schiffan Dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Index Puri Media Kembangan. Edisi Ketujuh, 2008)

² Philip Kotler Dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Asuransi Syariah* (Jakarta: Erlangga, 2011), 135

ia akan berusaha untuk mengetahui lebih banyak tentang kesenian.³

Minat muncul apabila individu tertarik kepada sesuatu dengan kebutuhannya atau merasakan bahwa sesuatu yang akan dipelajari dirasakan berarti bagi dirinya. Kebutuhan disini yaitu seperti kebutuhan akan aktualisasi diri, kebutuhan estetis, kebutuhan kognitif, kebutuhan akan penghargaan, kebutuhan cinta dan rasa memiliki, kebutuhan akan keamanan dan kebutuhan fisiologi.⁴

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri, semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minat.⁵ Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasionalis analisis, sedang

³Moch. Uzer Usman, *Menjadi Guru Profesional* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), 27.

⁴Kautsar Audtya Muhammad, "Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat, Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darunnajah," *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2014), 13.

⁵ Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar ed. 2* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008), 191.

perasaan yang bersifat halus atau tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat fikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya.⁶

Dari pengetahuan minat di atas, kiranya dapat ditegaskan di sini bahwa minat merupakan dorongan dalam diri seseorang atau faktor yang menimbulkan ketertarikan atau perhatian secara efektif, yang menyebabkan dipilihnya suatu objek atau kegiatan yang menguntungkan, menyenangkan, dan lama-kelamaan akan mendatangkan kepuasan dalam dirinya.⁷

Minat lebih dikenal dengan keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilam keputusan atau pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa minat nasabah dalam mengasuransikan

⁶ Sukanto M.M., *Nafsiologi* (Jakarta: Integritas Press, 1985), 120.

⁷ Ahmad Susanto, *Teori Belajar Dan Pembelajaran Di SD* (Jakarta: Prenada Media Group, 2003), 57.

dananya adalah keinginan yang datang dari diri nasabah untuk menggunakan produk/jasa untuk melakukan penyimpanan atas dana mereka dengan tujuan tertentu.

b. Indikator Minat Nasabah

Minat konsumen diartikan sebagai dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk membeli barang dan jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhannya, dan minat menjadi nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk menjadi nasabah di asuransi syariah benar-benar dilaksanakan.

- 1) Ketertarikan, ditunjukkan dengan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang seorang nasabah terhadap produk yang dipasarkan, pelayanan dari perusahaan asuransi.
- 2) Keyakinan, ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari perusahaan asuransi syariah.
- 3) Kepercayaan, ditunjukkan dengan adanya kepercayaan terhadap perusahaan asuransi, sehingga nasabah juga merekomendasikan perusahaan asuransi kepada orang lain.
- 4) Keinginan, ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki suatu

produk yang dipastikan beserta manfaat dari produk.⁸

c. Faktor Minat Nasabah

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat seorang konsumen menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yaitu faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat adalah culture, kelompok acuan, keluarga, kepribadian, dan persepsi.⁹ Konsumen akan memutuskan produk atau jasa yang akan dibeli berdasarkan persepsi mereka terhadap produk atau jasa tersebut. berkaitan dengan kemampuan produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya. Semakin bagus persepsi seseorang terhadap suatu produk, maka minat terhadap suatu produk juga semakin tinggi.¹⁰ Dengan adanya persepsi maka seseorang akan mencari informasi atau pengalaman suatu objek, peristiwa, orang, serta faktor yang berpengaruh yang dapat dari proses penginderaan yang menyebabkan adanya suatu minat.

Selain itu terdapat beberapa faktor lain

⁸ Perreault Cannon Dan Mccarthy, *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global* (Jakarta: Salemba Empat, 2009).

⁹ Kotler Philip Dan Lane Keller Kevin, *Manajemen Pemasaran*, Terj. Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2009), 196.

¹⁰ Luluk Mifta Khunnisa, "*Pengaruh Harga, Merk, Dan Nama Negara Asal Pada Minat Pembeli Konsumen*, Skripsi (Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2010), 39.

yang dapat mempengaruhi minat konsumen menurut Ujang Sumarwan yaitu minat konsumen dipengaruhi oleh tiga hal yaitu sikap, norma subjektif, dan perilaku.¹¹ Perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan nasabah. Setelah kegiatan perilaku, akan muncul minat konsumen untuk menggunakan suatu produk atau jasa. Sehingga minat dapat diketahui melalui perilaku konsumen terhadap produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhannya.

d. Dimensi Minat

Menurut Crow and Crow terdapat tigadimensi minat, yaitu:¹²

- 1) Dorongan dari dalam individu, merupakan keinginan yang timbul dalam diri seseorang atau adanya motivasi untuk melakukan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan dirinya sendiri. Misalnya keinginan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja dan mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain.

¹¹Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Jakarta: PT. Ghalia Indonesia, 2011), 85.

¹² Abdul Rahman Shaleh Dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004), 265.

- 2) Motif sosial, dapat menjadi faktor untuk membangkitkan minat melakukan suatu aktivitas tertentu. Misalnya minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapat persetujuan atau penerimaan dan perhatian dari orang lain.
- 3) Faktor emosional, minat mempunyai suatu hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapat kesuksesan pada aktivitas yang dilakukannya, maka akan timbul rasa senang dan hal tersebut akan memperkuat rasa minat terhadap aktivitas tersebut.

e. Macam-Macam Minat

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, ini sangat bergantung pada sudut pandang dan cara penggolongan, seperti:¹³

- 1) Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan Minat kultural atau minat sosial adalah minat yang timbul karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita.

¹³ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi Dalam Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), 264.

- 2) Berdasarkan arahannya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau asli. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, apabila tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang.
- 3) Berdasarkan cara mengungkapkan minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu:¹⁴

- a) *Expressed interest*

Adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas yang disenangi dan paling tidak disenangi.

- b) *Manifest interest*

Adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subyek atau dengan mengetahuinya hobinya.

- c) *Tested interest*

¹⁴ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi Dalam Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, 265-267.

Yaitu minat yang diungkapkan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan, nilai-nilai yang tinggi pada suatu objek atau masalah biasanya menunjukkan minat yang tinggi pula terhadap hal tersebut.

d) *Inventoried interest*

Yaitu minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan, dimana biasanya berisi pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada subyek apakah ia senang atau tidak senang terhadap sejumlah aktivitas atau sesuatu objek yang ditanyakan.¹⁵

2. Peran Agen

a. Pengertian Peran Agen

Peran diartikan sebagai perangkat tingkat yang diharapkan dan dimiliki oleh orang yang berkedudukan di masyarakat. Kedudukan dalam hal ini diharapkan sebagai posisi tertentu didalam masyarakat yang mungkin tinggi, sedang-sedang saja atau rendah. Kedudukan adalah suatu wadah yang isinya hak dan kewajiban tertentu, sedangkan hak dan kewajiban tersebut dapat dikatakan sebagai peran. Oleh karena itu, seseorang yang mempunyai kedudukan tertentu dapat

¹⁵ Ibid, 267-268.

dikatakan sebagai pemegang peran. Suatu hak sebenarnya merupakan wewenang untuk berbuat atau tidak berbuat, sedangkan kewajiban adalah beban atau tugas.¹⁶

Menurut Soekanto peran agen adalah perbuatan serta perilaku seseorang yang memegang sebuah posisi untuk melaksanakan kewajiban dan tugasnya sesuai dengan kedudukannya. Apabila seorang agen menjalankan kewajibannya dengan baik dan sesuai peraturan, maka secara tidak sadar tugas yang dijalankannya akan sesuai dengan keinginan lingkungannya. Jadi kesimpulannya apabila peran agen bekerja dengan baik maka peminatnya juga akan baik.¹⁷

Secara sosiologis peran adalah aspek dinamis yang berupa tindakan atau perilaku yang dilaksanakan oleh seseorang yang menempati atau memegang suatu posisi dan melaksanakan hak-hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya. Jika seseorang menjalankan peran tersebut dengan baik, maka dengan sendirinya akan berharap bahwa apa yang dijalankan sesuai dengan keinginan dari lingkungannya. Peran secara umum adalah

¹⁶ Suyoto Bakir R Dan Sigit Suryanto, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Tangerang: Karisma Publishing Group, 2009), 348.

¹⁷ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 210.

kehadiran di dalam menentukan suatu proses keberlangsungan.¹⁸

Agen asuransi adalah orang yang bekerja sendiri atau bekerja pada badan usaha, yang bertindak untuk dan atas nama perusahaan asuransi atau perusahaan asuransi syariah dan memenuhi persyaratan untuk mewakili perusahaan asuransi atau perusahaan asuransi syariah dalam memasarkan produk asuransi atau produk jasa asuransi syariah.¹⁹ Jadi tugas agen itu bekerja dalam perusahaan untuk memasarkan produk-produk jasa asuransi dan sudah memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh perusahaan.

Salah satu peran yang paling penting dalam tingkat pemahaman nasabah adalah agen asuransi, sebab berkembang atau majunya sebuah perusahaan itu tergantung oleh keberhasilan seseorang agen dalam bisnis asuransi. Oleh karena itu, agen asuransi diharapkan dapat memahami dan mengerti peran serta kedudukan, tugas dan serta tanggung jawab dalam mengembangkan bisnis asuransi. Agen pemasaran adalah salah satu penentu kesuksesan dan juga menjaga citra perusahaan asuransi di mata masyarakat. Agen

¹⁸ Suekanto, *Suatu Pengantar* (Jakarta: Raja Persada, 2002), 242.

¹⁹ Abdi Triyanto, "Peran Agen Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Tentang Asuransi Syariah , " *Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 1 (April 2017), 26.

pemasara asuransi syariah tidak boleh ragu dalam melakukan promosi, memberikan informasi serta menjual produk jasa tersebut.²⁰

Adapun beberapa upaya peran agen pemasar asuransi syariah untuk mengedukasi calon nasabah antara lain sebagai berikut:

- 1) Agen pemasar asuransi syariah perlu menginvestasikan waktu untuk menjelaskan benefit asuransi syariah kepada calon nasabah secara jujur dan terbuka.²¹
- 2) Agen asuransi syariah harus mampu bertindak sebagai perencana keuangan dengan memberikan pengetahuan yang memadai kepada calon nasabah asuransi syariah.
- 3) Agen asuransi syariah perlu berupaya cerdas dan kreatif menggunakan media masa, baik cetak maupun elektronik untuk memasyarakatkan asuransi syariah.
- 4) Agen pemasar asuransi perlu menggali informasi, data, dan fakta tentang pemahaman asuransi di dalam masyarakat Indonesia sehingga dapat disusun, strategi yang tepat sasaran dan menyentuh.
- 5) Agen asuransi syariah perlu mengeliminasi pandangan minor atau sikap apriori masyarakat

²⁰ Rizky Zayusman, "Pengaruh Pemahaman Dan Peran Agen Terhadap Minat Nasabah Memilih Asuransi Takaful Keluarga Banda Aceh, "*Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 2 (November 2019), 216-217.

²¹Didin Hafidhuiddin, *Zakat Dalam Perekonomian Modern* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 148.

terhadap asuransi. Karena sebab itu banyaknya penipuan yang dilakukan oknum agen pemasar asuransi.

b. Indikator Peran Agen

Pada buku Manajemen Sumber Daya Manusia, dijelaskan bahwa setiap perusahaan memerlukan strategi manajemen SDM, yang terus menerus diorientasikan pada peningkatan kesadaran dan kemampuan pada setiap agen-agen asuransi. Indikator peran agen meliputi:

- 1) Selalu menghubungi calon nasabah sebelum melakukan kunjungan.
- 2) Kesadaran mengenai arti dan penggunaan waktu, agen selalu datang tepat waktu dalam berkunjung menemui calon nasabah.
- 3) Cara berpakaian dan penampilan, seorang agen asuransi dari sebuah perusahaan tidak boleh mengabaikan cara berpakaian dan berpenampilan., hal ini dapat mempengaruhi penilaian calon nasabah terhadap penampilan seorang agen asuransi.
- 4) Menjaga hubungan dengan nasabah.²²

c. Tata Pelaksanaan Agen

- 1) Prospekting, proses pencarian calon peserta atau nasabah secara terus-menerus.²³
- 2) Pendekatan, merupakan proses yang

²²Hadari nawawi, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif* (Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press, 2003)

²³Abdullah Amrin, *Strategi Menjual Asuransi Syariah* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017), 167.

dilakukan oleh setiap agen untuk lebih dekat terhadap prospek calon nasabah yang dituju.

- 3) Pencarian fakta, setelah seseorang agen menjalin hubungan dengan calon nasabah yang dituju, maka selanjutnya seorang agen diharuskan untuk lebih tahu secara mendalam terkait realita yang terjadi pada calon nasabah.
- 4) Presentasi produk, merupakan pemberian penjelasan mengenai produk asuransi syariah yang ditawarkan.
- 5) Penutupan, pada tahap ini nasabah sudah menyatakan untuk membeli produk yang ditawarkan dengan ditandai pengisian formulir surat permintaan. Tahap ini merupakan awal dari pelayanan resmi suatu penjualan kepada pelanggan.
- 6) Layanan purna jual, setelah pengisian surat permintaan maka setiap agen bertugas memberikan layanan purna jual, seorang agen harus mampu secara bijaksana menjadi penasihat dan konsultan keuangan keluarga nasabah.²⁴

3. Hubungan Variabel

a. Pengaruh Peran Agen Terhadap Minat Nasabah Asuransi Syariah

Peran merupakan perbuatan yang

²⁴ Abdullah Amrin, *Strategi Menjual Asuransi Syariah*, 186-189.

diharapkan agar dimiliki oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat, baik posisi sebagai petinggi atau hanya sebagai masyarakat biasa. Dalam kehidupan masyarakat peran merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan seseorang yang mempunyai hak-hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya.

Soekanto mengemukakan peran agen adalah perbuatan serta perilaku seseorang yang memangku sebuah posisi untuk melaksanakan kewajiban dan tugasnya sesuai dengan kedudukannya. Apabila seseorang menjalankan kewajibannya dengan baik sesuai peraturan, maka secara tidak sadar tugas yang dijalankannya akan sesuai dengan keinginan lingkungannya.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan Rizky Zayusman dan Muhammad Haris Riyaldi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh peran agen secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah di Asuransi Takaful Banda Aceh.²⁵

²⁵Rizky Zayusman, "Pengaruh Pemahaman Dan Peran Agen Terhadap Minat Nasabah Memilih Asuransi Takaful Keluarga Banda Aceh," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 2 (November 2019), 226.

B. Studi Penelitian Terdahulu

Penelitian yang saya ambil berjudul “Pengaruh Peran Agen Terhadap Minat Nasabah Asuransi Syariah Di Kantor Prudential Ponorogo”, penelitian ini tentu tidak terlepas dari berbagai penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai perbandingan dan tolak ukur serta mempermudah penulis dalam menyusun penelitian ini. Penelitian yang sebelumnya dipakai sebagai acuan atau referensi penulis dan bisa memudahkan penulis dalam membuat penelitian ini.

Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan referensi oleh penulis:

Tabel 2.1
Studi Penelitian Terdahulu

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Nurul Fajar Khoiriya h, “Pengaruh Ragam Menu, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli	<p>a. Persamaan Terdapat Dalam Variabel Dependent yaitu minat</p> <p>b. Sama-Sama Menggunakan Metode Penelitian Kuantitatif</p>	<p>a. Perbedaan terdapat pada variabel Independen</p> <p>b. Dan Lokasi Penelitiannya berbeda.</p>	<p>Hasil Analisis Kuantitatif Membuktikan Bahwa Besarnya Pengaruh Variabel Independent (Ragam Menu, Lokasi, Dan Kualitas Layanan) Terhadap Variabel Dependent</p>

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Pelanggan Rumah Makan Joglo Manis Dan Rumah Makan Mbok Mingkem Ponorogo”, <i>Skripsi</i> , IAIN Ponorogo, 2018.			(Minat Beli) Adalah 16% Dan Sisanya 84% Dipengaruhi Oleh Faktor Lain.
2	Amrullah Mu'tasim Asy'ari, "Pengaruh <i>Trust</i> Dan Mutu <i>E-Banking</i> Terhadap Minat	a. Sama-Sama Meneliti Minat Nasabah. b. Cara Pendekatan Penelitian Menggunakan Penelitian Kuantitatif.	a. Perbedaan Terletak Pada Objek Yang Diteliti Adalah Nasabah BRI Syariah	Dari hasil uji analisis regresi berganda dan uji-f menunjukkan bahwa secara simultan <i>trust</i> (x1) dan mutu <i>e-banking</i> (x2) positif dan signifikan

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Nasabah Bri Syariah KCP Ponorogo Untuk Bertransaksi Secara <i>Online</i> ”, <i>Skripsi</i> , IAIN Ponorogo, 2019.		KCP Ponorogo.	terhadap minat nasabah (Y) BRIS Ponorogo untuk bertransaksi secara online. Hal ini dibuktikan dengan melihat hasil dari uji f dengan $F_{hitung}=8,888 > F_{tabel}=3,09$. Tingkat pengaruh x_1+x_2 terhadap Y sebesar 28%, sedangkan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.
3	Nisa Ul Mahmudah, “Analisis Tingkat	a. Variabel dependent Minat Nasabah b. Dan	a. Perbedaan Terdapat Pada Penelitian	a. Peran Agen Secara Parsial Berpengaruh Signifikan

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Pemahaman Dan Peran Agen Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Asuransi Syariah”, <i>Skripsi</i> , UIN AR-RANIR Y Banda Aceh, 2018.	Variabel Independent Peran Agen	n Yang Digunakan Adalah Penelitian Lapangan.	Terhadap Minat Nasabah
4	Fatimah Wulandara Al-Hamzy, “Pengaruh Pemahaman Mahasiswa Asuransi	a. Variabel Independent Pemasaran Produk	a. Terdapat Perbedaan Pada Tempat Penelitian Yaitu Di PT Asuransi Sun Life Financia l	Hasil Penelitian Pemahaman Mahasiswa Asuransi Syariah Memiliki Hubungan Yang Positif Terhadap Pemasaran Produk Di PT Asuransi Sun

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Syariah Terhadap Pemasaran Produk Di PT Asuransi Sun Life Financial Indonesia Syariah Cabang Medan”, <i>Skripsi</i> , UIN Sumatera Utara Medan, 2019.		Indonesia a Syariah Cabang Medan	Life Financial Indonesia Syariah.
5	Nur Kayati, “Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang	a. Persamaan Terdapat Pada Variabel Dependent Yaitu Minat b. Metode Penelitian Yang	a. Terdapat Perbedaan Pada Variabel Independen Yaitu Pengetahuan	Hasil dari penelitian tersebut pengetahuan mahasiswa IAIN Ponorogo tentang hukum dan produk perbankan

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	<p>Hukum Dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah”, <i>Skripsi</i>, IAIN Ponorogo, 2018.</p>	<p>Digunakan Dalam Penelitian Juga Sama-Sama Menggunakan Penyebaran Angket Dan Melakukan Wawancara</p>	<p>Mahasiswa Tentang Hukum Dan Produk Perbankan Syariah</p>	<p>berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah. Hal ini dilihat dari hasil regresi yaitu nilai R besarnya koefisien regresi antara x_1 dan x_2 dengan y adalah 0,535, menunjukkan bahwa variabel x_1 dan x_2 hanya memberikan kontribusi alam mempengaruhi variabel y sebesar 53,5% sedangkan sisanya 46,5% dipengaruhi oleh variabel lain atau faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian</p>

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				ini. Dilihat dari tabel diatas nilai probabilitas F (F-hitung) dalam regresi berganda sebesar $0,000 < 0,05$ menjelaskan bahwa hipotesis H_a .

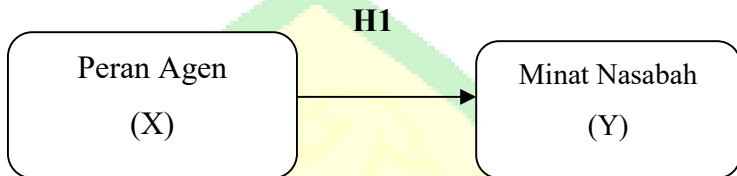
C. Kerangka Berfikir

Kerangka Berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Jadi secara teoritis dapat dijelaskan hubungan antara variabel independent dengan variabel dependent.²⁶

Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen. Kerangka berfikir dalam suatu penelitian perlu di kemukakan apabila dalam penelitian tersebut hanya membahas sebuah variabel atau lebih secara mandiri, maka yang

²⁶Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 60

dilakukan peneliti disamping mengemukakan deskripsi teoritis untuk masing-masing variabel, juga argumentasi terhadap variasi besaran variabel yang diteliti.²⁷



Gambar 2.2
Skema Kerangka Berfikir

Keterangan:

_____ : Pengaruh Parsial

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir Pengaruh Peran Agen Terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan kerangka berfikir diatas maka dapat diketahui bahwa secara parsial ada pengaruh peran agen terhadap minat nasabah nasabah.

D. Hipotesis

Menurut Janes E. Greighton, hipotesis merupakan sebuah dugaan tentatif atau sementara yang memprediksi situasi yang akan di amati. Sedangkan secara umum hipotesis didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari

²⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 91-92.

tinjauan pustaka.²⁸ Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.²⁹ Dalam penelitian hipotesis mempunyai berbagai fungsi yang penting. Fungsi yang paling penting adalah: (1) sebagai pedoman untuk mengarahkan penelitian. (2) memberikan batasan apa yang akan diteliti; (3) mengarahkan bentuk desain penelitian yang paling sesuai; (4) menjelaskan hubungan atau pengaruh gejala/variabel; (5) memberikan kerangka untuk menyusun kesimpulan yang akan di hasilkan; (6) stimulasi penelitain selanjutnya.³⁰

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah di paparkan penulis serta pada penelitian terdahulu mengenai Pengaruh Peran Agen Terhadap Minat Nasabah Asuransi Syariah Di Kantor Prudential Ponorogo, Dari kajian teori dan kerangka berfikir diatas dapat diperoleh hipotesis penelitian yaitu:

H_{a1} : Ada pengaruh peran agen terhadap minat nasabah asuransi syariah di kantor prudential ponorogo

H₀₁ : Tidak ada pengaruh peran agen terhadap minat nasabah asuransi syariah di kantor prudential ponorogo

²⁸Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), 64.

²⁹ Moh. Sidik Priyadana Dan Salaudin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), 62.

³⁰Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), 76.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian adalah rencana atau struktur penelitian yang disusun sedemikian rupa sehingga kita dapat memperoleh jawaban atas permasalahan-permasalahan penelitian. Rancangan penelitian bertujuan untuk memberi pertanggungjawaban terhadap semua langkah yang akan diambil.¹ Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah melalui penelitian kuantitatif, artinya penelitian yang didasarkan pada penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau pengukuran, untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data, menggunakan instrumen penelitian, analisis bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.² Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara. Wawancara adalah suatu metode untuk meneliti dilakukan dengan cara tanya jawab seputar informasi dari perusahaan tersebut. Tujuan dari metode ini adalah untuk memperoleh informasi mengenai hal yang akan diteliti kepada sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi. Dari penjelasan tersebut, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh

¹ Margono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 100.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 7.

peran agen terhadap minat nasabah asuransi syariah di kantor prudential ponorogo.

B. Variabel Penelitian dan Devinisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah peran agen terhadap minat nasabah asuransi syariah di kantor prudential ponorogo, dimana variabelnya dibagi menjadi dua:

- a. Variabel Bebas (variabel independen) yaitu variabel stimulus, merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah peran agen (X).
- b. Variabel Terikat (variabel dependen), yaitu variabel *output*, kriteria, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah minat nasabah asuransi syariah.

³Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung : CV. Alfabeta, 2014), 58

2. Devinisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan dan dapat diamati. Secara tidak langsung definisi operasional tersebut akan menunjuk pada alat pengambil data yang cocok digunakan atau mengacu pada bagaimana mengukur suatu variabel. Penyusunan definisi operasional perlu dilakukan karena teramatinya konsep atau konstruk yang diteliti akan memudahkan pengukuran.⁴

Definisi operasional mengatasi kesulitan melakukan pengukuran terhadap definisi konseptual karena variabel yang hendak diukur masih berada dalam pikiran peneliti. Dalam definisi operasional, peneliti mengeluarkan konsep variabel yang ada dalam pikirannya kedalam definisi yang memungkinkan semua pengamat dapat melakukan pengamatan terhadap variabel dengan pemahaman yang sama karena dengan jelas menyatakan cara pengukuran dan alat yang diperlakukan untuk melakukan pengukuran.⁵

⁴Winarno, *Metodologi Penelitian Dalam Pendidikan Jasmani*, (Malang: UM Press, 2011), 34.

⁵Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2012), 130.

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Butir Soal
1	(Y) Minat Nasabah	1. Ketertarikan	1-2
		2. Keyakinan	3-4
		3. Kepercayaan	5-6
		4. Keinginan	7-8
2.	(X) Peran Agen	1. Menjaga hubungan dengan nasabah	9-10
		2. Cara berpakaian dan penampilan	11-12
		3. Kesadaran mengenai arti dan penggunaan waktu	13-14
		4. Selalu menghubungi calon nasabah	15-16

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti memperoleh informasi mengenai data yang diperlukan. Pada dasarnya dalam lokasi tersebut peneliti menemukan sebuah masalah yang akan diselesaikan. Maka dari itu lokasi penelitian merupakan tempat

dimana penulis melakukan penelitian untuk menyelesaikan sebuah masalah tersebut. Untuk lokasi penelitian tersebut bertempat di Mentari Residence RMB 6, Jl. Arif Rahman Hakim, Kertosari, Cokromenggalan, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63412.

Selain itu terdapat keunikan dalam kantor tersebut, yaitu kantor prudential ini kantor yang pertama kali berdiri di Kabupaten Ponorogo. Maka dari itu peneliti tertarik mengambil lokasi tersebut di Prudential Ponorogo.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan unsur atau individu yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian. Disini ditafsirkan sebagai sifat-sifat yang ingin diketahui atau diamati pada suatu penelitian dan keadaannya senantiasa berubah-ubah.⁶

Jadi populasi merupakan keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷ Populasi dalam penelitian ini yakni semua masyarakat atau konsumen yang berada di Ponorogo. Karena semua masyarakat tidak diketahui jumlahnya, maka sumber data populasi

⁶Andhita Dessy Wulandari, *Statistika Parametric* (Ponorogo: STAIN Po PRESS), 8.

⁷Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi* (Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2019), 80.

pada penelitian ini menggunakan populasi tidak terbatas. Populasi tidak terbatas yakni populasi sumber data yang tidak dapat ditentukan batasbatasnya secara kuantitatif.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁸Karena jumlah populasi yang tidak dapat diketahui batasnya, maka rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah populasi dan sampel penelitian ini dengan menggunakan rumus Cochran.

$$n = \frac{Z^2_{\alpha/2} \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Dimana:

n : Jumlah sampel yang diperlukan

z : Distribusi normal standar nilai 1,96 ketika $\alpha=0,05$

e : Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) biasanya dipakai 1%, 5%, 10%.

p : Peluang sukses (50%)

q : Peluang gagal (50%)

Penelitian ini ditujukan kepada masyarakat atau konsumen guna mengetahui minat nasabah terhadap

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: ALFABETA), 131.

produk asuransi syariah tidak dapat diketahui dengan pasti maka dari itu termasuk dalam populasi tidak diketahui sehingga menggunakan rumus dari Cochran diatas. Berikut perhitungannya:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{Z^2_{\alpha/2} \cdot p \cdot q}{e^2} \\
 &= \frac{(1,96)^2 \cdot (50\%) \cdot (50\%)}{(10\%)^2} \\
 &= \frac{3,8416 \cdot 25}{0,01} \\
 &= \frac{96,04}{0,01} = 96,04 = 97
 \end{aligned}$$

Jadi banyak sampel adalah 97

Berdasarkan rumus diatas, jumlah n yang diperoleh yaitu sebanyak 96,04 atau dibulatkan menjadi 97 sehingga penulis harus mengambil sampel minimal 97 jumlah responden.

3. Teknik *Sampling*

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, dan terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.⁹ Teknik sampling yang digunakan adalah *teknik nonprobability sampling*. *Teknik nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

⁹ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*, 85.

Adapun teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *sampling Aksidental atau Accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai sebagai sumber data.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh berdasarkan pengukuran secara langsung oleh peneliti dari sumbernya.¹⁰ Dikatakan data primer karena data ini dibutuhkan dalam penelitian yang berkaitan dengan minat nasabah asuransi syariah dengan melakukan penyebaran angket secara langsung dan menggunakan form kepada masyarakat. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer, sumber pertama di mana sebuah data tersebut dihasilkan.¹¹ Dalam penelitian ini sumber datanya berasal dari responden serta data yang berasal dari pihak manajemen operasional Prudential cabang Ponorogo untuk memberikan gambaran umum terkait responden dan lokasi penelitian.

¹⁰ Zainal Mustafa EQ, *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 92.

¹¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen Dan Pemasaran* (Jakarta: Prenada Media Grup, 2013), 129.

F. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik untuk mengumpulkan data ini yaitu:

1. Wawancara

Wawancara (*interview*) yaitu cara pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dilakukan secara langsung kepada objek yang diteliti atau kepada perantara yang mengetahui persoalan dan objek yang diteliti. Wawancara disini merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu data tertentu.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi penelitian terdahulu untuk menentukan permasalahan yang harus harusnya diteliti dan ingin mengetahui informasi dari responden yang lebih dalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report* atau setidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi. Dengan wawancara peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi.¹²

2. Kuesioner atau angket

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang tertulis yang disusun secara sistematis kepada

¹² Tajul Arifin, “*Metode Penelitian Ekonomi Islam*”, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2014), 207-208.

calon responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.¹³

Kuesioner dalam penelitian ini diberikan kepada sebagian para calon nasabah yang berdomisili di Ponorogo sebagai sampel seberapa minat nasabah asuransi syariah tersebut terhadap produk asuransi. Peneliti disini membagikan angket kepada nasabah untuk diisi, setelah itu di kembalikan kepada para penulis.

Dalam pengukurannya, setiap responden diminta pendapatnya mengenai sesuatu pernyataan dengan menggunakan skala likert.¹⁴ Dalam skala ini digunakan untuk mengukur peran agen terhadap minat nasabah asuransi syariah di kantor prudential ponorogo. Tingkatan skala likert yang digunakan dalam penelitian ini dengan ukuran sebagai berikut:

- a) Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi bobot 1
- b) Jawaban tidak setuju (TS) diberi bobot 2
- c) Jawaban setuju (S) diberi bobot 3
- d) Jawaban sangat setuju (SS) diberi bobot 4

Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan dua cara. Untuk cara yang pertama, penyebaran kuesionernya dengan

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 142.

¹⁴ Bilson Simamora, *Analisis Multivariat Pemasaran*, (Jakarta: Gramedia, 2005), 23.

menggunakan “*google from*” untuk responden yang dapat mengakses kuesioner secara online. Kedua, dilakukan secara manual dengan menggunakan kuesioner yang sudah dicetak dan kemudian di bagikan kepada para responden secara langsung oleh peneliti yang tidak dapat mengakses kuesioner secara online.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian merupakan suatu alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan pengukuran. Instrumen peneliti digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti, Banyaknya pertanyaan/ Pernyataan dalam instrumen yang akan digunakan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti.¹⁵ Instrumen dalam penelitian ini menggunakan data angket (kuesioner). Angket merupakan lembaran yang berupa pertanyaan maupun pernyataan yang akan dijawab oleh responden, dengan memberikan tanda silang atau centang pada jawaban yang dipilih. Dalam penelitian ini akan digunakan daftar pernyataan (angket) yang berhubungan dengan peran agen dan minat nasabah.

Skala yang digunakan oleh peneliti adalah skala likert, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok

¹⁵ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: ALFABETA, 2013), 72.

orang tentang fenominal sosial.¹⁶ Dalam pengisian kuesioner, responden harus menjawab pertanyaan yang sesuai dengan yang dirasakan atau dialami dengan memberikan tanda *checklist*. Peneliti menyediakan skala lima yang harus dijawab responden dengan pernyataan bersifat positif skor jawabannya adalah.

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Kuesioner di atas ditunjukkan kepada responden nasabah asuransi syariah di kantor prudential ponorogo.

H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Metode pengolahan data yang digunakan peneliti adalah menggunakan alat bantu analisis berupa program aplikasi komputer, yaitu IBM SPSS atau *Statistic Package For Social Science* merupakan salah satu program yang paling banyak digunakan dalam disiplin ilmu psikologi, pendidikan, dan pelatihan. SPSS membantu pengguna dalam menggambarkan data, pengujian hipotesis, dan mencari korelasi atau hubungan antara satu atau lebih variabel.

Analisis data diartikan sebagai upaya mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik atau

¹⁶ Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 134.

sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian.¹⁷ Langkah ini diperlukan karena tujuan dari analisis data adalah untuk mengolah data tersebut menjadi informasi sehingga karakteristik atau sifat-sifat datanya dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian, baik berkaitan dengan deskripsi data maupun untuk membuat induksi atau menarik kesimpulan tentang karakteristik populasi berdasarkan data yang diperoleh dari sampel. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas dan Realibilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas (uji kesahihan) merupakan suatu ukuran yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut itu valid atau shahih, maka perlu diuji dengan skor total kuesioner tersebut. Untuk item-item pertanyaan yang tidak valid harus dibuang

¹⁷Andhita Dessy Wulansari, *Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik Dengan Menggunakan SPSS* (Ponorogo: STAIN Po Press, 2012), 93.

atau tidak dipakai sebagai instrumen pertanyaan.¹⁸

Uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor pertanyaan dengan total skor dengan kriteria apabila nilai apabila $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka kuesioner tersebut valid dan apabila $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka kuesioner tersebut tidak valid. Nilai R_{tabel} dicari dengan *degree of freedom* (df) = n-1, dimana n adalah jumlah sampel dan alpha atau tingkat signifikan adalah 0,05 atau 5%.¹⁹ Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah 30 responden R_{tabel} yang digunakan adalah 0,361.

Uji validitas dihitung dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment*, dengan rumus sebagai berikut:

$$R_{hitung} = r_{xy} = \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dimana:

n : Jumlah responden
 x : Skorvariabel (jawaban responden)

¹⁸Slamet Santoso, *Penelitian Kuantitatif Metode Dan Langkah Pengelolaan Data* (Ponorogo: UMPRO Press, 2015), 45.

¹⁹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), 53.

Y : Skor total dari variabel (jawaban responden).

2) Uji Reliabilitas

Selain kevalidan kuesioner, suatu butir pertanyaan juga harus bisa dikatakan reliabel (andal/konsistensi), yakni jika jawaban seseorang terhadap butir pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.²⁰ Dengan uji reliabilitas suatu kuesioner dapat diketahui kelayakannya. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika *cronbach's alpha* > 0,06 dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha* < 0,60.²¹

Rumus yang digunakan untuk uji reliabilitas yaitu:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana:

r_{11} : Koefisien realibilitas instrumen

k : Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$: Jumlah varian skor tiap item

σ_t^2 : Varian total

²⁰ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Ekonomi: Alat Statistik Dan Analisis Output Komputer* (Yogyakarta: CAPS, 2011), 68.

²¹ V. Wiratna Sujarweni, *Spss Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 192.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak.²² Metode regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.²³

Uji normalitas dapat diuji dengan menggunakan model *Kosmogrov-Smirov* (K-S) dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika nilai $K-S > \alpha$ maka data terdistribusi dengan normal
- b) Jika nilai $K-S < \alpha$ maka data tidak terdistribusi dengan normal.²⁴

2) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika variance dari residual satu

²²Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus Dilengkapi Contoh Penelitian Bidang Ekonomi* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 127.

²³Burhan Nugiyanto, Dkk, *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Social* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009), 118.

²⁴ Retno Widyaningrum, *Statistika* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2014). 206.

pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heterokedastisitas.²⁵

Kriteria yang digunakan dalam uji heterokedastisitas yaitu:

- a) Jika nilai signifikan (p -value) semua independen $> \alpha$ maka tidak terjadi kasus heterokedastisitas.
- b) Jika nilai signifikan (p -value) semua independen $< \alpha$ maka terjadi kasus heterokedastisitas.

3) Uji Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antara kesalahan pengganggu periode t (berada) dengan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya).²⁶

Hipotesis yang akan diuji yaitu:

H_0 = tidak terjadi autokorelasi

H_1 = terjadi autokorelasi

Untuk mengetahui adanya autokorelasi dalam suatu model regresi

²⁵Andhita Dessy Wulansari, *Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik Dengan Menggunakan SPSS*, 105.

²⁶Danang Sunyoto, *Prosedur Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi* (Bandung: Alfabeta, 2012), 115.

dilakukan melalui pengujian dengan metode Durbin Watson (DW). Kriteria pengambilan keputusan dengan metode Durbin Watson dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3
Kriteria pengambilan keputusan metode Durbin Watson

Nilai Statistika	Keputusan	Hasil
$0 < d < dL$	Menerima Hipotesis nol	Ada autokorelasi positif
$dL \leq d \leq dU$	Daerah keragu-raguan	Tidak ada keputusan
$dU < d < 4 - dU$	Gagal menolak hipotesis nol	Tidak ada autokorelasi positif atau negatif
$4 - dU < d < 4 - dL$	Daerah keragu-raguan	Tidak ada keputusan
$4 - dL < d < 4$	Menolak hipotesis nol	Ada autokorelasi negatif

4) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antara variabel bebasnya sama dengan nol.²⁷

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor). Kriteria yang digunakan dalam uji multikolinieritas adalah:

- a) $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas
- b) $VIF > 10$ maka terjadi multikolinieritas

c. Analisis Korelasi

Analisis korelasi adalah salah satu analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lainnya. pada penelitian ini korelasi yang digunakan adalah korelasi *bivariate* untuk melihat bagaimana hubungan antara dua variabel yaitu variabel Y

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, 91.

dengan variabel X. Untuk mengetahui apakah hubungan yang terjadi antara dua variabel signifikan atau tidak dilakukan dengan menggunakan SPSS yang kemudian dilihat dari R_{tabel} atau *sig.* Dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $R_{\text{hitung}} > R_{\text{tabel}}$ maka hubungan antara kedua variabel tersebut signifikan.
- 2) Jika nilai $R_{\text{hitung}} < R_{\text{tabel}}$ maka hubungan antara kedua variabel tersebut tidak signifikan.

d. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat.²⁸ Rumus yang digunakan dalam regresi linier sederhana yaitu:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat

X : Variabel bebas

A dan b : Konstanta

2. Pengujian Hipotesis

Secara bahasa hipotesis berasal dari kata *hypo* yang berarti di bawah, dan *thesa* berarti kebenaran. Hipotesis juga diartikan sebagai rumusan jawaban sementara yang harus diuji melalui kegiatan

²⁸Danang Sunyoto, *Prosedur Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi*,

penelitian.²⁹ Dalam penelitian ini, uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji signifikan secara bersama-sama (Uji Statistik F) dan uji parameter individual (Uji Statistik t).

a. Uji t

Uji t ini digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. atau menentukan signifikan atau tidak signifikan dari masing-masing nilai koefisien regresi (X) secara individu terhadap variabel dependen (Y).³⁰ Uji t dilakukan dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} , pada taraf sig 0,05 dengan kriteria:

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak.³¹

b. Uji f

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen atau merupakan uji signifikansi model regresi. Uji F ini bisa dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (analysis of variance = ANOVA). Untuk melihat pengaruh signifikan yang terjadi dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai

²⁹Tukiran Tanireja Dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)* (Bandung: Alfabeta, 2014), 24.

³⁰Danang Sunyoto, *Prosedur Uji*, 119.

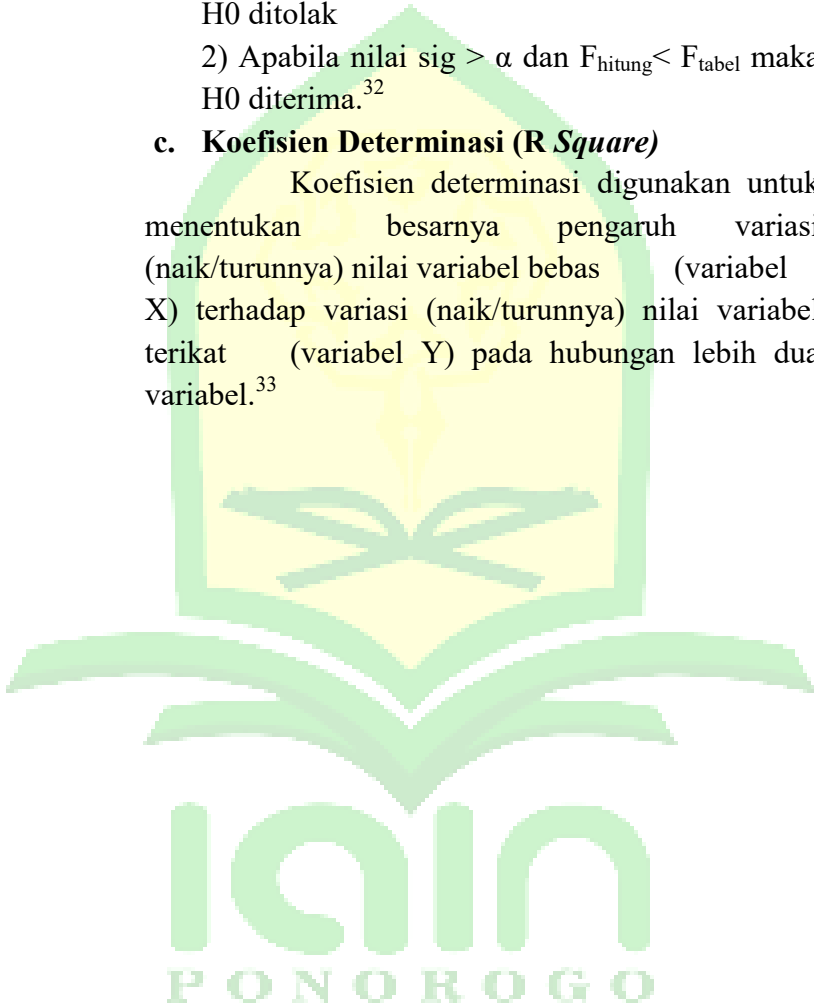
³¹V. Wiratna Sujarweni, *Spss Untuk Penelitian*, 148.

tingkat kepercayaan (α) yaitu 0,05 dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai $\text{sig} < \alpha$ dan $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak
- 2) Apabila nilai $\text{sig} > \alpha$ dan $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima.³²

c. Koefisien Determinasi (*R Square*)

Koefisien determinasi digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variasi (naik/turunnya) nilai variabel bebas (variabel X) terhadap variasi (naik/turunnya) nilai variabel terikat (variabel Y) pada hubungan lebih dua variabel.³³



³² Ibid., 154.

³³ Al-Ghifari, *Analisis Statistik Untuk Bisnis Dengan Regresi, Korelasi, Dan Non Parametrik* (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2009), 54.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Kantor Prudential Asuransi Syariah Ponorogo

1. Sejarah Berdirinya Kantor Prudential

PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) didirikan pada tahun 1995 dengannama PT Prudential Banch Bali Life Assurance (PBBL) pada tanggal 2 November 1995, yang merupakan hasil merger antara Prudential dan Bank Bali Indonesia. Kantor pemasaran pertamanya berdiri pada Oktober 1996 di Gedung Artha Graha Building.¹

Prudential Indonesia memiliki izin usaha di bidang asuransi jiwa berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan Indonesia Nomor: 241/KMK.017/1995 tanggal 1 Juni 1995 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor: S.191/MK.6/2001 tanggal 6 Maret 2001 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor S.614/MK.6/2001 tanggal 23 Oktober 2001 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor S-9077/BL/2008 tanggal 19 Desember 2008. Perusahaan juga memiliki izin usaha Unit Syariah berdasarkan surat Menteri Keuangan Nomor KEP 167/KM.10/2007 yang dikeluarkan pada tanggal 20 Agustus 2007.

¹<https://www.prudential.co.id>, di akses pada tanggal 14 Maret 2021 pukul 11.01 WIB.

PT. Prudential Life Assurance Ponorogo awalnya beralamatkan di Jalan Soekarno Hatta No. 216 dan sekarang pindah di Menteri Residence, Cokromenggalan, Kec, Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63412, merupakan kantor keagenan resmi pertama di Ponorogo yang berdiri pada Februari tahun 2014 dengan nama kantor Unit PZI-Pru Future Team Ponorogo.²

Kantor ini dipimpin oleh Bapak Jajang Fataro Akbar bersama istrinya yang bernama Ibu Marisa, yang juga merupakan kantor Pemasaran Mandiri (KPM) Pru Future Team kantor cabang dari kantor pusat di Yogyakarta. Sedangkan kantor pusat untuk seluruh Prudential Indonesia berada di Prudential Tower yang beralamatkan di Jalan Jenderal Sudirman Kav. 79 Jakarta. Kantor keagenan PT. Prudential Life Assurance di Ponorogo ini memiliki sekitar 3 pegawai yang bekerja didalamnya dan melingkupi seluruh agen se-karesidenan Madiun, bahkan di luar Madiun juga di layani. Jam kerja pegawai, yaitu pada hari Senin-Jum'at mulai pukul 09-00 s/d 16.00 WIB.

2. **Visi, Misi Kantor Prudential Asuransi Syariah Ponorogo**
 - a. **Visi Kantor Prudential Asuransi Syariah Ponorogo**

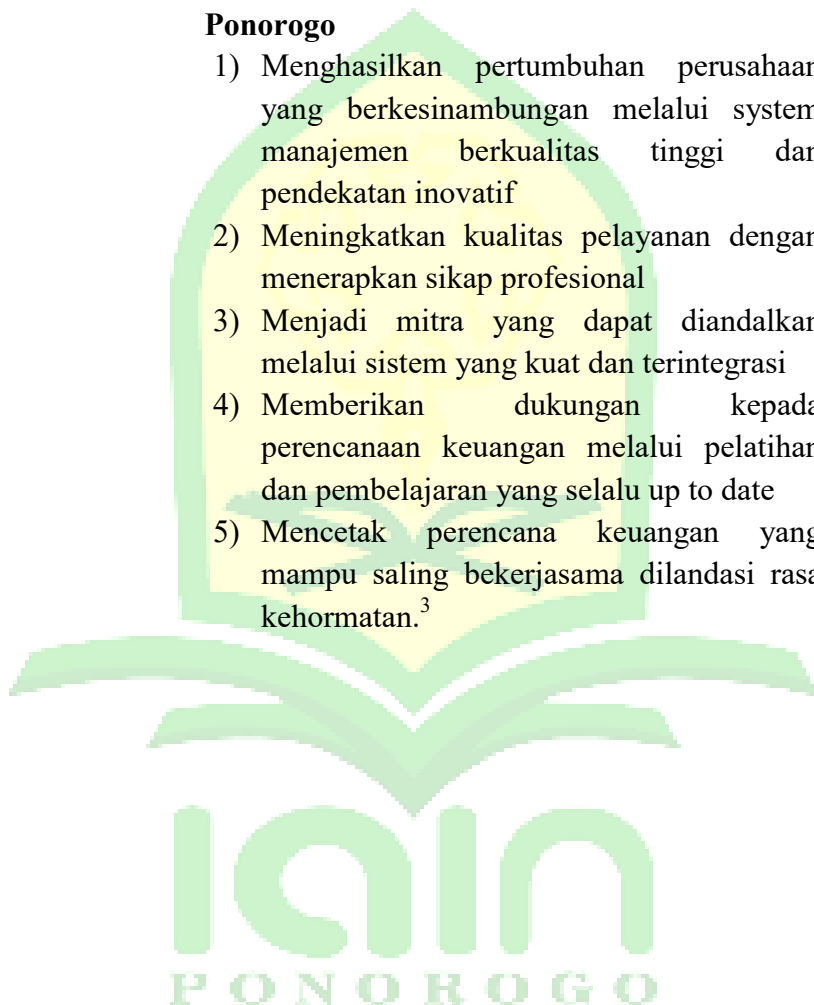
Menjadi agensi solid, sehat dan kuat melalui support kantor pemasaran mandiri yang

² Vita Ardiani, *Wawancara*, Ponorogo, 20 Maret 2021.

terintegrasi dengan pengelolaan yang profesional.

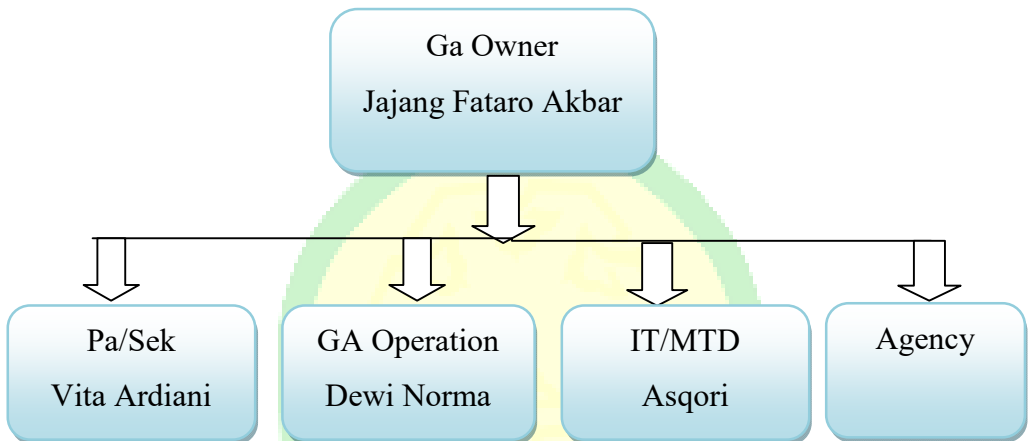
b. Misi Kantor Prudential Asuransi Syariah Ponorogo

- 1) Menghasilkan pertumbuhan perusahaan yang berkesinambungan melalui system manajemen berkualitas tinggi dan pendekatan inovatif
- 2) Meningkatkan kualitas pelayanan dengan menerapkan sikap profesional
- 3) Menjadi mitra yang dapat diandalkan melalui sistem yang kuat dan terintegrasi
- 4) Memberikan dukungan kepada perencanaan keuangan melalui pelatihan dan pembelajaran yang selalu up to date
- 5) Mencetak perencana keuangan yang mampu saling bekerjasama dilandasi rasa kehormatan.³



³*Ibid.*,

3. Struktur Organisasi Kantor Prudential Asuransi Syariah Ponorogo⁴



4. Tugas dan Tanggung Jawab

a. GA Owner

- 1) Memiliki tugas untuk mengawasi kantor GA (General Agency) yang memiliki di seluruh Indonesia.

b. PA/ Sekretaris

- 1) Mengerjakan segala administrasi, laporan dan surat menyurat kantor meliputi laporan submit SPAJ baik yang penting/issued dan laporan aplikasi agen.
- 2) Mengecek berkas masuk dan keluar meliputi cek SPAJ untuk *underwriting* dan *policyholder*, aplikasi agen dan surat menyurat lainnya.

⁴ Dewi Norma Etika, Wawancara, Ponorogo, 20 Maret 2001.

- 3) Membantu segala keperluan UM (Unit Manager) dan agen meliputi handle agen baru untuk belajar system maupun training agen harus mengenal job dan pendaftaran ujian.
- 4) Handle nasabah dan agen meliputi cek informasi nasabah/agen GA Chairman dan membantu mengenai masalah dan keluhannya.

c. GA Operation

- 1) Mengelola keuangan agency
- 2) Pengelola barang souvenir GA Link
- 3) Pengawas kegiatan operasioanal M3 (*Meeting Morning*), WS (*Workshop*), GBOP dan *Fast Start* (fase dalam perekrutan agen baru)
- 4) Pelayanan Agency
- 5) Mengadakan *Printing Material*
- 6) Laporan

d. IT (Information Teknology) dan MTD (*Marketing, Training and Development*)

1) IT (*Information Teknology*)

- a) Merekap laporan mencakup laporan produksi seperti laporan harian, laporan bulanan, dan laporan tahunan yang datanya di ambil dari *Personal Asisten*.
- b) Bertanggung jawab terhadap seluruh komputer yang berada di kantor.

- c) Membantu memperjelas data dari persyaratan SPAJ/ aplikasi agen, KTP, buku tabungan dan lainnya.

2) MTD (*Marketing, Training and Development*)

- a) Memberi pelatihan kepada agen atau pegawai baru.
- b) Menyiapkan presentasi.
- c) Merangking agen yang berprestasi tiap bulan.

3) Agen atau Marketing

- a) Mempelajari kebutuhan calon peserta atau nasabah asuransinya.
- b) Menawarkan secara jelas dan lengkap bagaimana produk asuransi bisa berfungsi baik fitur, manfaat dan syarat-syarat yang berlaku di dalamnya.
- c) Mengisi SPAJ secara lengkap dan jelas.
- d) Menyerahkan polis apabila telah selesai pada peserta atau nasabah.⁵

5. Letak Geografis Kantor Prudential Asuransi Syariah Ponorogo

Perencanaan strategis pengembangan usaha yakni pada awalnya kantor berada di Jalan Soekarno Hatta akan tetapi di sana masih belum menjadi kantor tetap yakni masih kantor sementara pada

⁵ Dewi Norma Etika, Wawancara, Ponorogo, 20 Maret 2001.

tahun 2014, pada tahun 2017 kantor berpindah di Jalan Arif Rahman Hakim atau lebih tepatnya di Menteri Residence, Cokromenggalan, Kec, Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63412.⁶

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas (uji kesahihan) merupakan suatu ukuran yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut itu valid atau sah, maka perlu diuji dengan uji korelasi antara skor (nilai) tiap-tiap item pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut. Untuk item-item pertanyaan yang tidak valid harus dibuang atau tidak dipakai sebagai instrumen pertanyaan.⁷ Uji validitas dilakukan dengan dengan cara menyebar kuesioner kepada 30 orang responden.

Kriteria yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu instrumen yaitu:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pertanyaan tidak valid.

Karena data yang digunakan dalam uji coba adalah 30 responden, maka r_{tabel} yang digunakan

⁶*Ibid.*,

⁷Slamet Santoso, *Penelitian Kuantitatif Metode Dan Langkah Pengelolaan Data* (Ponorogo: UMPO Press, 2015), 45.

adalah 0,361. Hasil pengujian validitas untuk X dan Y yaitu:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Variabel X

N o	Variabe l	Pertanya n	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusa n
1	Peran Agen	PA1	0,46 5	0,361	Valid
2		PA4	0,50 5	0,361	Valid
3		PA6	0,50 1	0,361	Valid
4		PA7	0,69 4	0,361	Valid
5		PA8	0,52 3	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa nilai r_{hitung} yang diperoleh lebih dari r_{tabel} , sehingga semua item pertanyaan untuk variabel X1 dinyatakan valid.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Variabel Y

N o	Variabe l	Pertanya n	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusa n
1	Minat Nasaba h	MN1	0,53 7	0,36 1	Valid
2		MN2	0,77 8	0,36 1	Valid
3		MN4	0,44	0,36	Valid

			8	1	
4		MN6	0,75 0	0,36 1	Valid
5		MN7	0,58 3	0,36 1	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa nilai r_{hitung} yang diperoleh masing-masing item pertanyaan lebih dari r_{tabel} , sehingga semua item pertanyaan untuk variabel Y dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap penggunaan alat ukur yang sama. Kriteria dalam uji reliabilitas yaitu:

- Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka reliabel.
- Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka tidak reliabel

Hasil pengujian realibilitas X dan Y yaitu:

Tabel 4.3

Hasil Uji Reliabilitas

N o	Variabel	Cronbach' s Alpha	Cros s of Valu e	Keputusa n
1	Peran Agen	0,608	0,60	Reliabel

	(X)			
2	Minat Nasabah (Y)	0,611	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Tabel 4.3 menunjukkan hasil pengujian reliabilitas untuk X dan Y. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.60 sehingga item pernyataan untuk variabel X dan Y sudah reliabel. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel X dan Y item pernyataan telah valid dan reliabel sehingga instrumen yang dimiliki dapat digunakan sebagai instrumen pengumpulan data penelitian.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

1. Hasil Pengujian Deskripsi Responden

Untuk mengetahui gambaran umum mengenai data yang dihasilkan dari sampel penelitian, pada sub bab ini akan disampaikan hal-hal yang terkait dengan hal-hal penting dalam penafsiran penelitian. Deskripsi sampel yaitu berupa jenis kelamin, umur dan pekerjaan dari responden. Responden dalam penelitian ini adalah semua masyarakat atau konsumen yang berdomisili di Ponorogo dengan jumlah yang tidak diketahui, sedangkan jumlah sampel yang diambil berdasarkan rumus perhitungan sampel yaitu 97

responden. Deskripsi dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu:

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.4
Klasifikasi Responden Berdasarkan
JenisKelamin
JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
LAKI-LAKI	51	52,6	52,6	52,6
Valid PEREMPUAN	46	47,4	47,4	100,0
Total	97	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui jumlah jenis kelamin nasabah asuransi syariah Di Kantor Prudential Ponorogo yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini. Dari data tersebut diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 51 orang dengan presentase 52,6% sedangkan responden perempuan sejumlah 46 orang dengan presentase 47,4%.

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.5

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30	14	14,4	14,4
	31-40	24	24,7	39,2
	41-50	33	34,0	73,2
	51-60	23	23,7	96,9
	61-70	3	3,1	100,0
	Total	97	100,0	100,0

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa nasabah asuransi syariah yang menjadi responden berusia 21-30 sebanyak 14 orang dengan presentase 14,4%, usia 31-40 sebanyak 24 orang dengan presentase 24,7%, usia 41-50 sebanyak 33 orang dengan presentase 34,0%, usia 51-60 sebanyak 23 orang dengan presentase 23,7%, dan usia 61-70 sebanyak 3 orang dengan presentase 3,1%.

PONOROGO

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.6
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan
PEKERJAAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PEDAGANG	70	72,2	72,2	72,2
GURU	21	21,6	21,6	93,8
Valid WIRASWASTA	6	6,2	6,2	100,0
TA				
Total	97	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui tentang pekerjaan nasabah asuransi syariah di kantor Prudential Ponorogo yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini. Jumlah responden yang bekerja sebagai pedagang 70 orang dengan presentase 72,2 guru sebanyak 21 orang dengan presentase 21,6%, wiraswasta 6 orang dengan presentase 6,2%.

PONOROGO

2. Hasil Pengujian Deskripsi Data Penelitian

a. Hasil Skor Kuesioner variabel Peran Agen (X)

Tabel 4.7
Skor Kuesioner Variabel Peran Agen

NOITEM	TOTAL SS	TOTAL S	TOTAL TS	TOTAL STS	TOTAL
PA 1	56	40	1	0	97
PA 2	16	78	3	0	97
PA 3	58	38	1	0	97
PA 4	20	68	9	0	97
PA 5	23	50	24	0	97
PA 6	37	55	5	0	97
PA 7	44	49	4	0	97
PA 8	80	14	3	0	97

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Hasil dari tabel 4.7 menjelaskan bahwa untuk item pernyataan PA1 responden menjawab sangat setuju, PA2 responden menjawab setuju dan PA3 responden menjawab sangat setuju, PA4, PA5, PA6, PA7 responden menjawab setuju, sedangkan untuk item pernyataan PA8 responden menjawab sangat setuju.

b. Hasil Skor Kuesioner Variabel Minat Nasabah (Y)

Tabel 4.8
Skor Kuesioner Variabel Minat Nasabah

NOITEM	TOTAL SS	TOTAL S	TOTAL TS	TOTAL STS	TOTAL
MN 1	37	48	11	1	97
MN 2	15	71	10	1	97
MN 3	25	60	12	0	97
MN 4	28	55	13	1	97
MN 5	43	46	8	0	97
MN 6	25	66	6	0	97
MN 7	18	50	27	2	97
MN 8	6	13	33	45	97

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Hasil dari tabel 4.8 tersebut menjelaskan bahwa mayoritas responden menjawab setuju untuk item pernyataan MN1, MN2, MN3, MN4, MN5, MN6, MN7, dan MN8.

P O N O R O G O

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model Koslmgorov-Smirov (K-S) dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $K-S > \alpha$ (0,05) maka data terdistribusi dengan normal.
- 2) Jika nilai $K-S < \alpha$ (0,05) maka data tidak terdistribusi dengan normal.

Berikut hasil uji normalitas dalam penelitian ini:

Tabel 4.9

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,10120500
	Absolute	,124
Most Extreme Differences	Positive	,124
	Negative	-,056
Kolmogorov-Smirnov Z		1,220
Asymp. Sig. (2-tailed)		,102

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai signifikan uji Kolmogrov-Smirnov lebih besar dari 0,05 yaitu 0,102. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

b. Uji Heterokedastisitas

Perhitungan ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas dapat dilakukan dengan cara menentukan formulasi regresi linier sederhana dengan menggunakan minat nasabah residual sebagai variabel dependen (variabel terikat). Kemudian melakukan regresi linier sederhana dengan variabel dependennya adalah minat nasabah residual sedangkan variabel independennya adalah Peran Agen (X)

Kriteria yang digunakan dalam uji heterokedastisitas yaitu:

- 1) Jika nilai signifikan (p-value) semua variabel independen $> \alpha(0,05)$ tidak terjadi kasus heterokedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikan (p-value) semua variabel independen $< \alpha (0,05)$ maka terjadi kasus heterokedastisitas.

Hasil dari pengujian heterokedastisitas dapat dilihat sebagai berikut:

PONOROGO

Tabel 4.10
Hasil Uji Heterokesdastisitas Berdasarkan
SPSS 21
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,490	1,408		,348	,729
PERAN AGEN	,059	,082	,074	,725	,470

a. Dependent Variable: HARGA_MUTLAK_RESIDUAL

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 21

Tabel 4.10 menunjukkan hasil pengujian heterokesdastisitas menggunakan SPSS dengan variabel dependent minat nasabah. Dari hasil tersebut dapat dibuat keterangan yang ditunjukkan pada tabel 4.11 berikut:

Tabel 4.11

Hasil Pengujian Heterokesdastisitas

Variabel	T	Sig	Keterangan
Peran Agen (X)	0,725	0,470	Tidak ada pengaruh

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Tabel 4.11 menunjukkan hasil pengujian heterokesdastisitas dari hasil tersebut, diketahui bahwa nilai sig variabel X lebih dari α $0,470 > 0,05$ yang berarti variabel X tidak terjadi heterokesdastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi secara linier antara kesalahan pengganggu periode t (berada) dengan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya). Hipotesis yang akan diuji yaitu:

H_0 = tidak terjadi autokorelasi

H_1 = terjadi autokorelasi

Untuk mengetahui adanya autokorelasi dalam suatu model

regresi dilakukan melalui pengujian dengan metode Durbin Watson (DW). Kriteria pengambilan keputusan dengan metode Durbin Watson dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Kriteria Pengambilan Keputusan Dengan Metode Durbin Watson

Nilai Statistika	Keputusan	Hasil
$0 < d < dL$	Menerima Hipotesis nol	Ada autokorelasi positif
$dL \leq d \leq dU$	Daerah keragu-raguan	Tidak ada keputusan
$dU < d < 4 - dU$	Gagal menolak hipotesis nol	Tidak ada autokorelasi positif atau

		negative
$4 - dU < d < 4 - dL$	Daerah keragu-raguan	Tidak ada keputusan
$4 - dL < d < 4$	Menolak hipotesis nol	Ada autokorelasi negative

Hasil uji pengujian autokorelasi dapat sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Autokorelasi Berdasarkan SPSS 21
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,684 _a	,468	,462	1,982	1,904

- a. Predictors: (Constant), Peran Agen
b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Nilai D_u dan d_L diperoleh dengan melihat Durbin Watson. Dalam penelitian ini, banyaknya variabel independent yang digunakan adalah 1 variabel dengan banyaknya data adalah 97 sehingga $k=1$ dan $n=97$. Dengan menggunakan tingkat kesalahan $\alpha=0,05$ diperoleh nilai $d_U = 1,694$ dan $d_L = 1,654$ Hasil perhitungan nilai durbin watson yang dihasilkan dari model regresi ditunjukkan pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Autokorelasi

Nilai Durbin Watson	Tabel Durbin Watson		Keterangan
	1,904	dU	
	1,694	2,306	

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Tabel 4.14 menunjukkan nilai Durbin Watson yang diperoleh dari hasil regresi adalah sebesar 1,904 terletak di antara nilai dU yaitu 1,694 dan nilai 4-dU yaitu 2,306 ($dU < d < 4-dU = 1,694 < 1,904 < 2,306$) yang artinya tidak terdapat autokorelasi pada model regresi dan asumsi non autokorelasi telah terpenuhi.

d. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (variabel bebas). Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (variabel bebas). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor). Kriteria yang digunakan dalam uji multikolinieritas adalah:

- 1) $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas
- 2) $VIF > 10$ maka terjadi multikolinieritas

Hasil dari pengujian multikolinieritas dapat dilihat sebagai

Berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinieritas Berdasarkan
SPSS 21
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,008	2,036		-,004	,997		
	PERAN AN AGE N	,914	,118	,622	7,745	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Tabel 4.15 menunjukkan hasil pengujian multikolinieritas dengan menggunakan SPSS. Dari hasil tersebut dapat dibuat keterangan yang ditunjukkan pada tabel 4.16.

Tabel 4.16
Hasil Pengujian Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Peran Agen (X)	1,000	1,000	Non multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan nilai nilai VIF kurang dari 10, artinya tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independent, sehingga

dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut adalah model regresi yang baik karena tidak mempunyai korelasi antar variabel independent (variabel bebas)

2. Hasil Uji Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lainnya. pada penelitian ini korelasi yang digunakan adalah korelasi bivariate untuk melihat bagaimana hubungan antara dua variabel yaitu variabel Y dengan variabel X. Untuk mengetahui apakah hubungan yang terjadi antara variabel signifikan atau tidak dilakukan dengan menggunakan SPSS yang kemudian dilihat dari r_{tabel} atau *sig*. Dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai hitung $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka hubungan antara kedua variabel tersebut signifikan.
- 2) jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka hubungan antara kedua variabel tersebut tidak signifikan.

Pada penelitian ini, banyaknya data peneliti adalah 97 sehingga $r_{tabel} = r_{(n,\alpha)} = r_{(97,5\%)} = 0,198$. Hasil pengujian variabel X dan variabel Y sebagai berikut:

Tabel 4.17

Hasil Korelasi antara Variabel X dan Variabel Y

No	Korelasi	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	X dan Y	0,622	0,198	Signifikan

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Tabel 4.17 menunjukkan hasil pengujian korelasi antara variabel X dan variabel Y. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa korelasi antara X1 dan Y yaitu peran agen dan minat nasabah signifikan karena nilai $r_{hitung} = 0,622$ lebih besar dari $r_{tabel} = 0,198$. Selain menggunakan r_{tabel} , pengujian korelasi dapat dilakukan dengan menggunakan sig. Jika $sig < \alpha$ maka hubungan antara satu variabel adalah signifikan. Jika $sig > \alpha$ maka hubungan antara satu variabel adalah tidak signifikan (tidak berpengaruh). Hasil pengujian korelasi antara X dan Y dengan menggunakan sig sebagai berikut:

Tabel 4.18

Hasil Korelasi Antara Variabel X Dan Variabel Y

No	Korelasi	Sig	α	Keterangan
1	X dan Y	0,000	0,05	Signifikan

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Hasil yang ditunjukkan pada tabel 4.18 menunjukkan bahwa nilai sig untuk korelasi X dan Y yaitu peran agen dan minat nasabah Sehingga dapat disimpulkan bahwa korelasi yang dihasilkan adalah signifikan.

3. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel X terhadap Y secara parsial. Hasil pengujian regresi linier sederhana yaitu:

a. Pengaruh Peran Agen Terhadap Minat Nasabah

Tabel 4.19
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (X
Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,622 ^a	,387	,381	2,112

a. Predictors: (Constant), PERAN AGEN

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.19 diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) R dalam regresi linier sederhana menunjukkan besarnya korelasi antar variabel, tabel diatas menunjukkan hubungan antara peran agen dengan minat nasabah sebesar 0,622 atau 62,2%.
- 2) Nilai *R Square* sebesar 0,387 memiliki arti bahwa kontribusi variabel peran agen mampu menjelaskan variabel minat nasabah sebesar 38,7%.

Tabel 4.20
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana
(X) Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	267,597	1	267,597	59,979	,000 ^b
	Residual					
	Total					

Residual	423,846	95	4,462		
Total	691,443	96			

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH

b. Predictors: (Constant), PERAN AGEN

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.20 diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $59,979 > 3,94$ dan nilai nilai signifikan $< sig$ yaitu $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, hal ini berarti bahwa peran agen berpengaruh terhadap minat nasabah.

Tabel 4.21
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (X) Y
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,008	2,036		-,004	,997
1	PERAN AGEN	,914	,118	,622	7,745	,000

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.21 dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,008 + 0,914 X$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diketahui bahwa:

- 1) Nilai konstanta sebesar 0,008 menunjukkan apabila tidak dipengaruhi oleh variabel

pemasaran produk maka besarnya nilai peran agen adalah 0,008.

- 2) Koefisien regresi sebesar 0,914 berarti bahwa jika variabel peran agen mengalami kenaikan satu satuan, maka minat nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,914 satuan. Koefisien bernilai positif artinya hubungan antara peran agen terhadap minat nasabah adalah positif, maka peran agen berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara X terhadap Y. Uji t dilakukan dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} , pada taraf sig 0,05 dengan kriteria apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima, sedangkan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak. Nilai t_{tabel} dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= t(\alpha/2; n-k-1) \\ &= t(0,05/2; 97-2-1) \\ &= t(0,025; 94) \\ &= 1,985 \end{aligned}$$

Berikut adalah hasil pengujian masing-masing variabel X terhadap variabel Y:

- 1) Hasil uji variabel peran agen (X) terhadap minat nasabah (Y)

Pada variabel peran agen hipotesis yang digunakan yaitu:

H_0 = X tidak berpengaruh signifikan terhadap Y

H_1 = X berpengaruh signifikan terhadap Y

Hasil uji variabel peran agen (X) terhadap minat nasabah (Y) yaitu:

Tabel 4.22

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,008	2,036		-,004	,997
PERAN AGEN	,914	,118	,622	7,745	,000

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel 4.22 dapat dijelaskan hasil uji t. Pengujian pengaruh variabel peran agen terhadap minat nasabah menghasilkan t_{hitung} sebesar 7,745 dan lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,985 ($t_{hitung} > t_{tabel} = 7,745 > 1,985$) dan nilai signifikan senilai 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05 ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan kriteria tersebut, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya peran agen berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah.

b. Uji f

Uji ini dilakukan untuk menguji sesuai tidaknya modal regresi yang dihasilkan guna melihat pengaruh X terhadap Y. Hipotesis yang digunakan yaitu:

H_0 = model regresi yang diperoleh tidak sesuai atau tidak signifikan

H_1 = model regresi yang diperoleh sesuai atau signifikan.

Berikut ini hasil uji kesesuaian atau uji F dengan menggunakan program IBM SPSS 21 yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.23
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	267,597	1	267,597	59,979	,000 ^b
Residual	423,846	95	4,462		
Total	691,443	96			

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH

b. Predictors: (Constant), PERAN AGEN

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.23 diperoleh nilai $F_{hitung} = 59,979$ dengan signifikan uji F sebesar 0,000. Nilai F_{hitung} selanjutnya dibandingkan dengan nilai F_{tabel} . Nilai F_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan rumus:

$$F_{tabel} = F(\alpha) (2;n-k) \\ = (0,05) (2;97-1)$$

$$= (0,05) (2;96)$$

$$= 3,94$$

Dilihat dari hasil pengujian terlihat nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $59,979 > 3,94$ dan hasil signifikan $<$ nilai batas sig yaitu $0,000 < 0,05$. Berdasarkan nilai kriteria tersebut H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, peran agen berpengaruh terhadap minat nasabah.

c. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besar pengaruh dari X terhadap Y (peran agen terhadap minat nasabah) dapat diketahui dengan menghitung R square (koefisien determinasi). Nilai R square hasil pengujian regresi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.24
Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,622 ^a	,387	,381	2,112

a. Predictors: (Constant), PERAN AGEN

b. Dependent Variable: MINAT NASABAH

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel 4.24 diketahui bahwa nilai R yang diperoleh sebesar 0,622. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara peran agen terhadap minat nasabah tergolong kuat. Nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,387 memiliki arti bahwa pengaruh X terhadap Y adalah sebesar

38,7% dan sisanya sejumlah 61,3% dipengaruhi oleh faktor lain selain peran agen yang tidak masuk dalam model penelitian ini.

E. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran agen terhadap minat nasabah asuransi syariah di Kantor Prudential Ponorogo. Variabel bebas (independent) dalam penelitian ini yaitu peran agen sedangkan variabel terikat yaitu minat nasabah. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti memperoleh jawaban bahwa variabel peran agen berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah asuransi syariah Di Kantor Prudential Ponorogo. Dan berdasarkan pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti maka diperoleh jawaban untuk masing-masing rumusan masalah dan uji hipotesis penelitian, hasil dari pengujian tersebut yaitu:

1. Pengaruh Peran Agen Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Asuransi Syariah Di Kantor Prudential Ponorogo

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Peran agen secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah asuransi syariah di Kantor Prudential Ponorogo. Artinya jika semakin berkualitas peran agen yang diberikan kepada nasabah, maka semakin tinggi pula minat nasabah yang melakukan asuransi syariah di Kantor Prudential Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan hasil peran agen mempunyai nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $1,985 (t_{hitung} > t_{tabel} =$

7,745 > 1,985) dan nilai signifikansi uji t lebih kecil dari nilai sig 0,05 ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan nilai kriteria maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya peran agen berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah sebesar 38,7% dan sisanya sebesar 61,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

Soekantomenjelaskan bahwa peran agen adalah perbuatan serta perilaku seseorang yang memangku sebuah posisi untuk melaksanakan kewajiban dan tugasnya sesuai dengan kedudukannya. Apabila seorang agen menjalankan kewajibannya dengan baik dan sesuai peraturan, maka secara tidak sadar tugas yang dijalankannya akan sesuai dengan keinginan lingkungannya. Jadi kesimpulannya apabila peran agen bekerja dengan baik maka peminatnya juga akan baik.⁸

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizki Zayusman dan Muhammad Haris Riyaldi yang berjudul “Pengaruh Pemahaman Dan Peran Agen Terhadap Minat Nasabah Memilih Asuransi Takaful Keluarga Banda Aceh” penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara parsial peran agen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

⁸ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 210.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan mengenai variabel peran agen dan pemasaran produk terhadap minat nasabah asuransi syariah di Kantor Prudential Ponorogo dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Peran agen berpengaruh terhadap minat nasabah.

Yang mana peran agen adalah perbuatan serta perilaku seseorang yang memangku sebuah posisi untuk melaksanakan kewajiban dan tugasnya sesuai dengan kedudukannya. Apabila seorang agen menjalankan kewajibannya dengan baik dan sesuai peraturan, maka secara tidak sadar tugas yang dijalankannya akan sesuai dengan keinginan lingkungannya. Hal ini sesuai dengan teorinya soekanto. Jadi kesimpulannya apabila peran agen bekerja dengan baik maka peminatnya juga akan baik. Secara parsial, variabel peran agen berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah asuransi syariah di Kantor Prudential Ponorogo. Yang ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7,745 > 1,985$ dan nilai signifikansi uji $t <$ dari nilai sig yaitu $0,000 < 0,05$. Peran agen berpengaruh terhadap minat nasabah sebesar 38,7%.

P O N O R O G O

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh peran agen dan pemasaran produk terhadap minat nasabah asuransi syariah di Kantor Prudential Ponorogo, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, diharapkan meningkatkan peran agen dengan cara berperilaku yang baik, berupaya cerdas, dan kreatif serta memberikan pelayanan dengan baik dan memberikan pemahaman kepada masyarakat. sehingga memudahkan nasabah untuk melakukan asuransi.
2. Bagi nasabah, diharapkan untuk lebih meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terkait dengan asuransi yang akan dilakukan seperti tentang pengetahuan produk asuransi jiwa.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah atau menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat nasabah seperti tempat, promosi dan pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Al-Ghifari, *Analisis Statistik Untuk Bisnis Dengan Regresi, Korelasi, Dan Non Parametrik* Yogyakarta: BPFY Yogyakarta, 2009.
- Amrin, Abdullah. *Strategi Menjual Asuransi Syariah* Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017.
- Ardiani, Vita. *Hasil Wawancara*, 30 Maret 2021
- Arifin, Tajul. “*Metode Penelitian Ekonomi Islam*”, Bandung: Cv Pustaka Setia, 2014.
- Bakir R, Suyoto. Dan Sigit Suryanto, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* Tangerang: Karisma Publishing Group, 2009.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen Dan Pemasaran* Jakarta: Prenada Media Grup, 2013.
- C. Mowen, John. Michael Minor, Terj. Dwi Kartini Yahya, *Perilaku Konsumen Jilid 2* Bandung: Erlangga, 2001.
- Cannon, Perreault Dan Mccarthy, *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global* Jakarta: Salemba Empat, 2009.

Djamarah, Syaiful Bahri. *Psikologi Belajar ed. 2* Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008.

Etika, Dewi Norma. Wawancara, Ponorogo, 20 Maret 2001.

Firmansyah, Anang. *Pemasaran Produk Dan Merek* Surabaya: Erlangga, 2019.

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* Semarang: Universitas Diponegoro, 2013.

Hafidhuddin, Didin. *Zakat Dalam Perekonomian Modern* Jakarta: Gema Insani Press, 2002.

Hery, *Manajemen Pemasaran* Jakarta: PT Gramedia, 2019.

Keller, dan Kotler . *Manajemen Pemasaran* Jakarta: Erlangga, 2008.

Kotler, Philip Dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Asuransi Syariah* Jakarta: Erlangga, 2011.

----- . *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pengendalian* Jakarta: Erlangga, 1994.

M.M, Sukanto. *Nafsiologi* Jakarta: Integritas Press, 1985.

Margono, *Metode Penelitian Pendidikan* Jakarta: Rineka Cipta, 2009.

Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.

- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Mustafa EQ, Zainal. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Nawawi, Hadari. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif* Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas Press, 2003.
- Nugiyanto, Burhan. Dkk, *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Social* Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009.
- Philip, Kotler. Dan Lane Keller Kevin, *Manajemen Pemasaran*, Terj. Bob Sabran Jakarta: Erlangga, 2009.
- Priadana, Moh. Sidik. Dan Salaudin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* Yogyakarta: Ekuilibria, 2016.
- Prihartono, M, Wahyu Prihartono. *Manajemen Pemasaran Dan Tata Usaha Asuransi* Yogyakarta: Kanisius, 2001.
- Rangkuti, Fendi. “*Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*”, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Rodoni, Ahmad. *Asuransi Dan Pegadaian Syariah*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.

- Saleh, Abdul Rahman. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Santoso, Slamet. *Penelitian Kuantitatif Metode Dan Langkah Pengelolaan Data* Ponorogo: UMPRO Press, 2015.
- . *Penelitian Kuantitatif Metode Dan Langkah Pengelolaan Data* Ponorogo: UMPO Press, 2015.
- Schiffan, Leon. Dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* Jakarta: Index Puri Media Kembangan. Edisi Ketujuh, 2008.
- Shaleh, Abdul Rahman. Dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* Jakarta: Kencana, 2004.
- . *Psikologi Dalam Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Simamora, Bilson. *Analisis Multivariat Pemasaran* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* Bandung: PT Refika Aditama, 2015.
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi Suatu Pengantar* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Soemitra, Andri. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Prenada Media, 2009.
- Suekanto, *Suatu Pengantar* Jakarta: Raja Persada, 2002.

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*,
Bandung: Alfabeta, 2011.

------. *Statistika Untuk Penelitian* Bandung: ALFABETA,
2013.

Sujarweni, V. Wiratna. *Spss Untuk Penelitian* Yogyakarta:
Pustaka Baru Press, 2015.

------. *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi* Yogyakarta:
PUSTAKABARUPRESS, 2019.

Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori Dan
Penerapannya Dalam Pemasaran* Jakarta: PT.
Ghalia Indonesia, 2011.

Sunyoto, Danang. *Metodologi Penelitian Ekonomi: Alat
Statistik Dan Analisis Output Komputer* Yogyakarta:
CAPS, 2011.

Sunyoto, Danang. *Praktik SPSS Untuk Kasus Dilengkapi
Contoh Penelitian Bidang Ekonomi* Yogyakarta:
Nuha Medika, 2011.

------. *Prosedur Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi* Bandung:
Alfabeta, 2012.

Susanto, Ahmad. *Teori Belajar Dan Pembelajaran Di SD*
Jakarta: Prenada Media Group, 2003.

Tanireja, Tukiran. Dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)* Bandung: Alfabeta, 2014.

Usman, Moch. Uzer. *Menjadi Guru Profesional* Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009.

Widoyoko, Eko Putro. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2012.

Widyaningrum, Retno. *Statistika* Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2014

Winarno, *Metodologi Penelitian Dalam Pendidikan Jasmani*, Malang: UM Press, 2011.

Wulansari, Andhita Dessy. *Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik Dengan Menggunakan SPSS* Ponorogo: STAIN Po Press, 2012.

Yomungga, Moes. *et. al., Pengantar Bisnis*, Medan: Perdana Publishing, 2015.

Jurnal/Skripsi

Khunnisa, Luluk Mifta. “*Pengaruh Harga, Merk, Dan Nama Negara Asal Pada Minat Pembeli Konsumen*, Skripsi Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2010.

Muhammad, Kautsar Audtya. “Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat, Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darunnajah,” *Skripsi* Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2014.

Putra, Ade Letrio. Dan Eka Sulistyawati, *Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Mengwi, Bandung Bali*. Bali: Fakultas Ekonomi Universitas Udayana Bali, 2011.

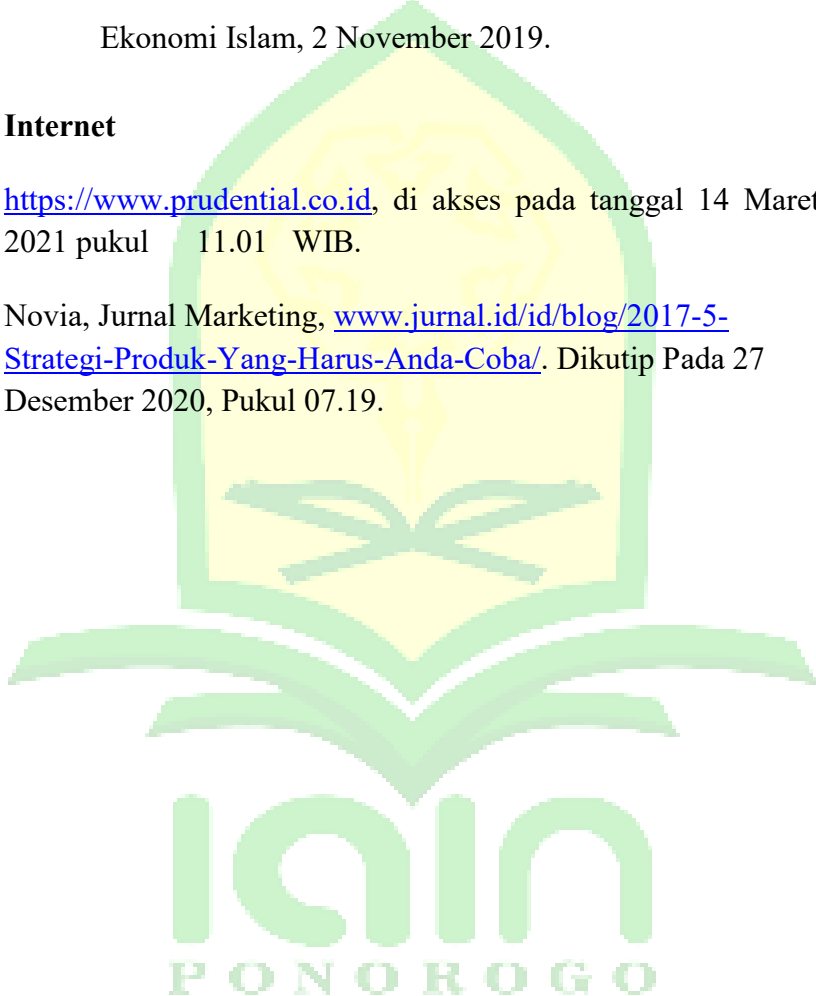
Triyanto, Abdi. “Peran Agen Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Tentang Asuransi Syariah , “ *Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 1 April 2017.

Zayusman, Rizki. “Pengaruh Pemahaman Dan Peran Agen Terhadap Minat Nasabah Memilih Asuransi Takaful Keluarga Banda Aceh,” Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam, 2 November 2019.

Internet

<https://www.prudential.co.id>, di akses pada tanggal 14 Maret 2021 pukul 11.01 WIB.

Novia, Jurnal Marketing, www.jurnal.id/id/blog/2017-5-Strategi-Produk-Yang-Harus-Anda-Coba/. Dikutip Pada 27 Desember 2020, Pukul 07.19.



LAMPIRAN

Lampiran 1

1. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
1	Peran Agen	PA1	0,465	0,361	Valid
2		PA4	0,505	0,361	Valid
3		PA6	0,501	0,361	Valid
4		PA7	0,694	0,361	Valid
5		PA8	0,523	0,361	Valid

No	Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
1	Minat Nasabah	MN1	0,537	0,361	Valid
2		MN2	0,778	0,361	Valid
3		MN4	0,448	0,361	Valid
4		MN6	0,750	0,361	Valid
5		MN7	0,583	0,361	Valid

2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cross of Value</i>	Keputusan
1	Peran Agen (X)	0,608	0,60	Reliabel
2	Minat Nasabah (Y)	0,611	0,60	Reliabel

3. Hasil Pengujian Deskripsi Responden

JENIS KELAMIN

	Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Cumulatif Persentase
LAKI-LAKI	51	52,6	52,6	52,6
Valid PEREMPUAN	46	47,4	47,4	100,0
Total	97	100,0	100,0	

USIA

	Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Cumulatif Persentase
1	14	1,4	14,4	14,4
2	24	24,7	24,7	39,2
Valid 3	33	34,0	34,0	73,2
4	23	23,7	23,7	96,9
5	3	3,1	3,1	100,0

To tal	97	100,0	100,0	
-----------	----	-------	-------	--

PEKERJAAN

	Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulative Percent
PEDAGA NG	70	72,2	72,2	72,2
Valid d GURU	21	21,6	21,6	93,8
WIRASW ASTA	6	6,2	6,2	100,0
Total	97	100,0	100,0	

Hasil Pengujian Deskripsi Data Penelitian

NOITE M	TOTAL SS	TOTA L S	TOTA L TS	TOTAL STS	TOTAL
PA 1	56	40	1	0	97
PA 2	16	78	3	0	97
PA 3	58	38	1	0	97
PA 4	20	68	9	0	97
PA 5	23	50	24	0	97
PA 6	37	55	5	0	97
PA 7	44	49	4	0	97
PA 8	80	14	3	0	97

NOITE M	TOTAL SS	TOTAL S	TOTAL TS	TOTAL STS	TOTAL
MN 1	37	48	11	1	97
MN 2	15	71	10	1	97
MN 3	25	60	12	0	97
MN 4	28	55	13	1	97
MN 5	43	46	8	0	97
MN 6	25	66	6	0	97
MN 7	18	50	27	2	97
MN 8	6	13	33	45	97

4. Hasil Pengujian Hipotesis

Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,10120500
	Absolute	,124
Most Extreme Differences	Positive	,124
	Negative	-,056
Kolmogorov-Smirnov Z		1,220
Asymp. Sig. (2-tailed)		,102

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**Heterokesdastisitas
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,490	1,408		,348	,729
	PERAN AGEN	,059	,082	,074	,725	,470

a. Dependent Variable: HARGA_MUTLAK_RESIDUAL

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 21

**Autokorelasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,684 ^a	,468	,462	1,982	1,904

a. Predictors: (Constant), Peran Agen

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,008	2,036		-,004	,997		
PERAN AGE N	,914	,118	,622	7,745	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH

5. Hasil Uji Analisis Korelasi

Correlations			
		PERAN AGEN	MINAT NASABAH
PERAN AGEN	Pearson Correlation	1	,622**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	97	97
MINAT NASABAH	Pearson Correlation	,622**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	97	97

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

6. Hasil Uji Linier Sederhana (X)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	,622 ^a	,387	,381	2,112
---	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), PERAN AGEN

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	267,597	1	267,597	59,979	,000 ^b
Residual	423,846	95	4,462		
Total	691,443	96			

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH

b. Predictors: (Constant), PERAN AGEN

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,008	2,036		-,004	,997
PERAN AGEN	,914	,118	,622	7,745	,000

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH

7. Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,008	2,036		-,004	,997
PERAN AGEN	,914	,118	,622	7,745	,000

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Hasil Uji f ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	267,597	1	267,597	59,979	,000 ^b
	Residual	423,846	95	4,462		
	Total	691,443	96			

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH

b. Predictors: (Constant), PERAN AGEN



**Koefisien Determinasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,622 ^a	,387	,381	2,112
a. Predictors: (Constant), PERAN AGEN				
b. Dependent Variable: MINAT NASABAH				

RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

Nama : Naela Faiza Tinnafisah
TTL : Madiun. 13 Maret 1999
Alamat : RT 23/RW 04 Dusun Nglumer, Desa
Mruwak,
KecamatanDagangan,Kabupaten Madiun
Telepon : 083857407566
E-mail : naelafaizatin1330@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK Muslimat (2004-2005)
 - b. SDN Mruwak 03 (2006-2011)
 - c. MTS Darul Huda Mayak (2011-2014)
 - d. MA Darul Huda Mayak (2015-2017)
2. Pendidikan Non-formal
 - a. Pondok Pesantren Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo
 - b. Pondok Pesantren Al-Barokah Mangunsuman Siman Ponorogo

Ponorogo 05 Mei 2021

Naela Faiza Tinnafisah
210717084