

**PENGARUH PROMOSI, PREMI, PENDAPATAN NASABAH, DAN
TINGKAT PENDIDIKAN NASABAH TERHADAP PERMINTAAN
ASURANSI PADA PT TAKAFUL CABANG GEDONG KUNING**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Sebagai
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
dalam Ilmu Manajemen Keuangan Syariah**

Oleh:

Muhammad Heri Santoso

NIM. 12391005

Dosen Pembimbing:

Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2016**

ABSTRAK

Setiap orang mengerti bahwa hidup penuh dengan ketidakpastian yang bisa menimbulkan resiko maka dari itu perlu adanya asuransi sebagai sarana untuk mengalihkan resiko. Dengan adanya asuransi seseorang bisa tenang dalam menjalankan aktifitasnya maka dari itu keberadaan asuransi bagi seseorang adalah suatu kebutuhan. Asuransi adalah suatu perjanjian di mana seseorang penanggung mengikatkan diri kepada seorang tertanggung dengan menerima suatu premi untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang mungkin terjadi karena suatu peristiwa yang tidak terduga. Perkembangan asuransi syariah di Indonesia semakin berkembang pesat. Hal tersebut terjadi karena beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap produk asuransi di antaranya adalah promosi, premi, pendapatan dan tingkat pendidikan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi, premi, pendapatan nasabah dan tingkat pendidikan nasabah terhadap permintaan asuransi PT Takaful Cabang Gedong Kuning. Data diambil dari kuesioner yang dibagikan kepada nasabah PT Takaful. Metode yang digunakan adalah metode regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai adjusted R square sebesar 0,500 yang berarti 50% permintaan asuransi pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning dipengaruhi secara bersama-sama oleh variabel yang dijelaskan oleh model sedangkan sisanya 50% di pengaruhi oleh faktor lain di luar model. Secara parsial promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi. Premi dan tingkat pendidikan nasabah berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi. sedangkan pendapatan nasabah berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan asuransi.

Kata Kunci: Promosi, premi, pendapatan nasabah, tingkat pendidikan nasabah dan permintaan asuransi.

ABSTRACT

Everyone understands that life is full of uncertainties, that could cause a risk then there is need for insurance as a means to transfer risk. With the existence of insurance a person can rest in running activities and therefore the existence of insurance for someone is a requirement. Insurance is an agreement in which a person is binding an insurer to receive a premium to provide a reimbursement for any loss, damage, or lost profits that may occur due to an unexpected event. The development of Islamic insurance in Indonesia is growing rapidly. This happens because some of the factors affecting the demand for insurance products among which are the promotion, premiums, income and level of education.

This study aimed to examine the effect of promotions, premiums, income customers and customers' level of education on insurance demand PT Takaful Branch office of Gedong Kuning. Data was taken from the questionnaire which distributed to customers of PT Takaful. The method was used is multiple linear regression method. The results showed that the adjusted R-square of 0.500 which means 50% of insurance demand in PT Takaful Branch office of Gedong Kuning was influenced jointly by variables which was described by the model while the remaining 50% was influenced by other factors outside the model. Partially, sale has not significant effect on insurance demand. Premiums and customers' education level has a significant effect on insurance demand. While revenue from customers has a negative effect and no significant on insurance demand.

Keywords: Promotion, premiums, customers income, the education level of customers and insurance demand.



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Sdr. Muhammad Heri Santoso

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberi petunjuk, dan mengoreksi serta melakukan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Muhammad Heri Santoso

NIM : 12391005

Judul Skripsi : Pengaruh promosi, premi, pendapatan nasabah, dan tingkat pendidikan nasabah terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful cabang Gedong Kuning

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Prodi Manajemen Keuangan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Manajemen Keuangan Syariah.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 30 Agustus 2016

Pembimbing Skripsi

Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M
NIP. 19760616 200501 2 002

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomer : B-1442/Un.02/DEB/PP.05.3/10/2016

Skripsi/tugas akhir dengan judul:

“Pengaruh Promosi, Premi, Pendapatan nasabah, dan Tingkat pendidikan nasabah Terhadap Permintaan Asuransi Pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning”

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Muhammad Heri Santoso

NIM : 12391005

Telah dimuqasyahkan pada : 11 Oktober 2016

Nilai : A/B

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM MUNAQASYAH:

Ketua Sidang

H. Muhammad Yazid Afandi, S.Ag., M.Ag.

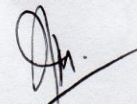
NIP. 19720913 200312 1 001

PENGUJI I

Joko Setyono, SE., M.A

NIP. 19730702 200212 1 003

PENGUJI II

Drs. Slamet Khilmi, M.SI

NIP. 19631014 199203 1 002

Yogyakarta, 12 Oktober 2016

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dekan,

Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag

NIP. 19670518 199703 1 003

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Heri Santoso

Nim : 12391005

Jurusan-Prodi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh promosi, Premi, Pendapatan nasabah, dan Tingkat pendidikan nasabah Terhadap Permintaan Asuransi PT Takaful Cabang Gedong Kuning”** adalah benar-benar merupakan hasil karya pengusunan sendiri bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dari karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada ditangan penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu

Yogyakarta, 30 Agustus 2016

Penyusun



Muhammad Heri Santoso
NIM. 12391005

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai *civitas* akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Heri Santoso
NIM : 12391005
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Promosi, Premi, Pendapatan nasabah dan Tingkat pendidikan nasabah Terhadap Permintaan Asuransi PT Takaful Cabang Gedong Kuning.”

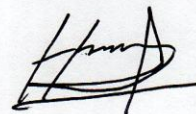
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/Formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir skripsi saya selama tetap mencantumkan saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta

Pada tanggal: 30 Agustus 2016

Yang Menyatakan



Muhammad Heri Santoso

NIM: 12391005

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Šād	š	es (dengan titik di bawah)

ض	Dād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
هـ	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	ﺀ	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' marbūṭah*

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Ḥikmah</i>
علة	ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----َ-----	Fatḥah	ditulis	A
-----ِ-----	Kasrah	ditulis	i
-----ُ-----	Ḍammah	ditulis	u

فَعَلَ	Fatḥah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>zūkira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fatḥah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fatḥah + yā' mati	ditulis	<i>ā</i>
تَنَسَى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati	ditulis	<i>ī</i>
كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati	ditulis	<i>ū</i>
فروض	ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. fatḥah + yā' mati بينكم	Ditulis ditulis	<i>Ai</i> <i>bainakum</i>
2. fatḥah + wāwu mati قول	ditulis ditulis	<i>au</i> <i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنَنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

الْقُرْآنُ	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الْقِيَاسُ	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاءُ	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

MOTTO

“Keep Positif Thinking”

Kita bisa merasakan indahnya keberhasilan
setelah kita tau rasanya bersusah payah
Keberhasilan tanpa susah payah adalah ilusi

Life is choice

Jangan takut untuk bermimpi.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah,,

Segala Puji bagi Allah, Tuhan semesta Alam,

Rahmat-Mu begitu agung

Tulisan ini kupersembahkan pada :

Ayahanda Chalimi, Ibunda tercinta Sustati,

yang telah membesarkan dan mendidiku. Semoga Allah membalas dengan limpahan rahmat yang agung atas segala ketulusan, cinta dan doa yang tanpa henti

Kakak-kakaku Herman Suryo Susilo dan Sholehudin

Serta adiku Hermawati

Semoga Allah selalu melimpahkan kasih dan sayang diantara kita

*Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada penyusun, sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam tidak lupa saya panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Semoga kita termasuk golongan umatnya dan mendapatkan syafaatnya di *yaumul qiyamah*. Amin.

Penelitian ini merupakan akhir pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Proses penelitian skripsi ini bukan tidak ada hambatan, melainkan penuh dengan liku-liku yang membuat penyusun harus bekerja keras dalam mengumpulkan data-data yang sesuai dengan maksud dan tujuan melakukan penelitian. Untuk itu, penyusun dengan ikhlas ingin mengucapkan terimakasih kepada:

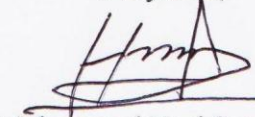
1. Prof. Drs. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. H.Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. H. Muhammad Yazid Afandi, S.Ag., M.Ag. selaku ketua Prodi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Jauhar Faradis, S.H.I., M.A. selaku Dosen pembimbing akademik
5. Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi.,MM. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk Penulis selama menempuh Skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk Penulis selama menempuh pendidikan.
7. Seluruh pegawai dan staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

8. Orang tua tercinta, Ayahanda Chalimi, Ibunda Sustati atas doa curahan kasih sayang, dukungan, dan motivasi kehidupan .
9. Kedua Kakak saya tercinta, Sholehudin dan Herman Suryo Susilo atas dukungan dan semangatnya. Serta adiku tersayang Hermawati
10. Guru dan sahabatku Dhiya'ul Haq dan Ahmad Jazuli yang telah memberikan motivasi, semangat dan turut mendoakan peneliti dalam menyelesaikan skripsi
11. Teman-teman seperjuangan prodi Manajemen Keuangan Syariah angkatan 2012 dan semua pihak yang telah membantu serta banyak memberi semangat.
12. Keluarga Mahasiswa Tegal (Kamasita) yang telah memberikan ruang untuk belajar, pengalaman, dan relasi.
13. teman-teman KKN angkatan 86 Desa Hargorejo, Ngaseman, Kulon Progo.
14. Keluarga Pon-Pes Al-Munawir , para calon penghuni surga. Amin.
15. Semua pihak yang telah membantu penyusun dalam penyusunan tugas akhir yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga semua yang telah diberikan menjadi amal saleh dan diberi balasan melebihi apa yang telah diberikan oleh Allah SWT, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi para pembaca pada umumnya. *Aamiin Ya Rabbal 'Alamiin.*

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 30 Agustus 2016

Penyusun,


Muhammad Heri Santoso
NIM. 12391005

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT PENGESAHAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
HALAMAN MOTTO	xii
HALAMAN PERSEMBAHAN	xii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.4 Sistematika Pembahasan	10
BAB II KERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Telaah Pustaka.....	12
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Pengaruh	16
2.2.2 Teori Permintaan.....	17
2.2.2.1 Pengertian Permintaan	17
2.2.2.2 Fungsi Permintaan	17
2.2.2.3 Hukum Permintaan	18
2.2.2.4 Kurva Permintaan	20
2.2.3 Permintaan Asuransi	23
2.2.4 Promosi	26
2.2.5 Premi	32
2.2.6 Pendapatan Nasabah	36
2.2.7 Tingkat Pendidikan	39
2.2.5 Kerangka Penelitian	40
2.2.4 Pengembangan Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis penelitian dan Sumber data	45
3.2 Populasi dan Sampel	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data	46

3.4	Definisi Operasional Variabel	47
3.5	Instrumen Penelitian.....	49
3.6	Metode dan analisis data	52
3.6.1	Analisis Deskriptif	52
3.6.2	Uji Validitas dan Realibilitas	52
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	54
3.6.3.1	Uji Multikolinieritas.....	54
3.6.3.2	Uji Heteroskedastisitas.....	54
3.6.3.3	Uji Normalitas.....	56
3.6.4	Analisis Regresi Berganda.....	57
3.6.5	Uji Hipotesis	59
3.6.5.1	Uji F	59
3.6.5.2	Koefisien Determinasi	60
3.6.5.3	Uji T	60

BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil PT Takaful.....	62
4.1.1	Deskripsi	62
4.1.2	Visi dan Misi.....	64
4.2	Gambaran umum responden	64
4.3	Analisis deskriptif	65
4.4	Hasil Analisis Data.....	68
4.4.1	Pengujian Instrumen Penelitian.....	68
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	71
4.5	Uji Regresi Linier Berganda	76
4.6	Uji Hipotesis.....	78
4.6.1	Uji Statistik F	78
4.6.2	Koefisien Determinasi.....	79
4.6.3	Uji Statistik T	81
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	84

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	89
5.2	Implikasi.....	90
5.3	Saran	90

DAFTAR PUSTAKA	92
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Tabel Anggota AASI.....	2
Tabel 2.1 : Tabel Permintaan Barang X	20
Tabel 3.1 : Tabel Skor Skala Likert.....	50
Tabel 3.2 : Tabel Variabel Penelitian dan Indikator	51
Tabel 4.1 : Tabel Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	65
Tabel 4.2 : Tabel Karakteristik Responden berdasarkan usia	66
Tabel 4.3 : Tabel Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	66
Tabel 4.4 : Tabel Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan	67
Tabel 4.5 : Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	70
Tabel 4.6 : Hasil Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4.7 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
Tabel 4.8 : Hasil Uji Statistik Non Parametric Kolmogrov-Smirnov.....	75
Tabel 4.9 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	76
Tabel 4.10 : Hasil Uji F.....	79
Tabel 4.11 : Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	80
Tabel 4.12 : Hasil Uji T.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kurva Permintaan.....	21
Gambar 2.2 : Kerangka Penelitian.....	40
Gambar 4.1 : Grafik Scatterplot	72
Gambar 4.2 : Grafik Normal P-plot	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Penelitian	I
Lampiran 2 : Terjemah Ayat	III
Lampiran 3 : Kuesioner	V
Lampiran 4 : Hasil Kuesioner.....	VIII
Lampiran 5 : Output SPSS	XI
Lampiran 6 : Foto Wawancara	XVIII
Lampiran 7 : <i>Curriculum Vitae</i>	XIX

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Perkembangan asuransi syariah di Indonesia semakin berkembang, hal ini didukung oleh data dari Dewan Syariah Nasional (DSN) yang menunjukkan jumlah perusahaan yang telah mengajukan rekomendasi asuransi syariah mencapai 28 perusahaan. Jumlah itu terdiri dari 11 (sebelas) industry asuransi syariah dibidang keluarga dan sisanya dibidang kerugian (Ali, 2008:14). Dewan Asuransi Indonesia pada tahun 1999 memberikan data tentang jumlah perusahaan asuransi di Indonesia sebagai berikut : asuransi jiwa terdiri dari (a) milik Negara 4 buah (b) milik swasta nasional 37 buah (c) usaha patungan asing 21 buah; Asuransi kerugian terdiri dari : (a) milik Negara 5 buah (b) milik swasta nasional 21 buah (c) usaha patungan asing 2 buah; perusahaan reasuransi terdiri dari : (a) milik Negara 1 buah (b) milik swasta nasional 4 buah. Adapun perkembangan asuransi syariah di Indonesia baru ada pada paruh akhir tahun 1994 yaitu dengan berdirinya asuransi takaful Indonesia pada tanggal 25 agustus 1994. Pendirian asuransi takaful Indonesia diprakarsai oleh Tim Pembentuk Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI) yang dipelopori oleh ICMI melalui Yayasan Abdi Bangsa, Bank Muamalat Indonesia, Asuransi Jiwa Tugu Mandiri, Pejabat dari Departemen Keuangan, dan Pengusaha Muslim Indonesia (Ali, 2004: 76)

Ketua Umum AASI, Mohammad Shaifie Zein, menyatakan dari perkembangan aturan sampai catatan pertumbuhan asuransi syariah dikuartal III 2013, membuatnya optimis. Ia pun yakin pertumbuhan asuransi syariah masih

berada di atas konvensional. Ia menyatakan di 2014 target pertumbuhan adalah 35 persen. Sedangkan tahun ini, ia berharap bisa mencapai angka diatas tersebut (<https://takafulumum.wordpress.com>, 2014).

Menurut data dari Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia jumlah anggota yang masuk dalam AASI adalah sebagai berikut

Tabel 1.1

A. ASURANSI JIWA (LIFE)		B. ASURANSI UMUM (GENERAL)	
FULL FLEDGED		FULL FLEDGED	
NO	NAMA PERUSAHAAN	NO	NAMA PERUSAHAAN
1	PT. Asuransi Takaful Keluarga	1	PT. Asuransi Takaful Umum
2	PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin	2	PT. Asuransi Jasa Indonesia Syariah
3	PT. Asuransi Jiwa Syariah Amanah Giri Artha	3	PT. Jaya Proteksi Takaful
4	PT. Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi	4	PT. Asuransi Sonwellis Takaful
5	PT. Asuransi Syariah Keluarga Indonesia (ASYKI)		
UNIT SYARIAH		UNIT SYARIAH	
NO	NAMA PERUSAHAAN	NO	NAMA PERUSAHAAN
1	PT. Asuransi Simas Jiwa	1	PT. Asuransi Tri Pakarta
2	PT. Great Eastern Life Indonesia Unit Syariah	2	PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia Unit Syariah
3	PT. Asuransi Jiwa Bringin Sejahtera (Bringin Life)	3	PT. Biringin Insurance (BRINS)
4	AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah	4	PT. Asuransi Central Asia (ACA) Unit Syariah
5	PT. BNI Life Insurance Cabang Syariah	5	PT. Asuransi Adira Dinamika Divisi Syariah
6	PT. AJ. Sinarmas MSIG Life	6	PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967
7	PT. Panin Dai-ichi Life Unit Syariah	7	PT. Asuransi STACO Mandiri
8	PT. Avrist Assurance Departemen Syariah	8	PT. Asuransi Sinar Mas
9	PT. Asuransi Allianz Life Indonesia	9	PT. Asuransi Astra Buana
10	PT. AJ. Central Asia Raya (CAR)	10	PT. Tugu Pratama Indonesia
11	PT. PRUDENTIAL Life Assurance	11	PT. Asuransi Ramayana Tbk
12	PT. AJ. Manulife Indonesia	12	PT. Asuransi Umum Mega
13	PT. AIA Financial Unit Syariah	13	PT. Asuransi Parolamas
14	PT. Sun Life Financial Indonesia	14	PT. Asuransi Bintang Tbk
15	PT. AXA Mandiri Financial Services	15	PT. Asuransi Bangun Askrida
16	PT. AXA Financial Indonesia	16	PT. Asuransi Aseel Indonesia
17	PT. ACE Life Insurance	17	PT. ABDA Insurance Divisi Syariah
18	PT. Tokio Marine Life Insurance Indonesia	18	PT. Pan Pacific Insurance Divisi Syariah
19	PT. Finansial Wiramitra Danayaksa (FWD Life)	19	PT. Asuransi Wahana Tata Unit Syariah
		20	PT. Asuransi Mitra Mapanya
		21	PT. Jasaraharja Putera
D. REKANAN BROKER ASURANSI & REASURANSI		C. REASURANSI	
NO	NAMA PERUSAHAAN	NO	NAMA PERUSAHAAN
1	PT. Fresnel Perdana Mandiri	1	PT. Reasuransi Internasional Indonesia (REINDO)
2	PT. Asiare Binajasa Reinsurance Broker	1	PT. Reasuransi Nasional Indonesia (NASIONAL RE)
3	PT. Madani Karsa Mandiri	2	PT. Maskapai Reasuransi Indonesia Tbk
4	PT. Binasentra Puma		
5	PT. Mitra Dhana Atrnharaksha	E. PEMBIAYAAN SYARIAH	
6	PT. Brocade Broker Insurance	1	PT. Askrindo Syariah
7	PT. Liberty And General Risk Services		
8	PT. Asrinda Artha Sangga		

Sumber : data primer di olah, 2016

Salvator mengemukakan bahwa permintaan individu akan asuransi menitikberatkan untuk mengalihkan resiko yang nanti bisa mereka alami. Hal ini didasarkan karena kerugian yang besar sewaktu-waktu dapat menimpa mereka. Karena, pada dasarnya bila berbicara mengenai resiko dan ketidakpastian hal ini mengarah pada “penolak resiko”. Seseorang merupakan penolak resiko, ketika perasaan tidak senang karena kehilangan sejumlah penghasilan tertentu lebih besar daripada kesenangan mendapatkan jumlah penghasilan yang sama. Permintaan individu akan suatu komoditi adalah jumlah komoditi yang bersedia dibeli individu pada tingkat premi tertentu dengan ketentuan *ceteris paribus* (Yanti, 2013)

Kekhawatiran terhadap ketidakpastian (*uncertainty*) menimbulkan kebutuhan terhadap perlindungan asuransi. Ketidakpastian yang mengandung resiko yang dapat menjadi ancaman bagi siapapun melahirkan kebutuhan untuk mengatasi resiko kerugian yang timbul dari ketidakpastian tersebut. Resiko yang dihadapi dapat bersumber dari bencana alam, kelalaian, ketidakmampuan ataupun sebab-sebab lainnya yang tidak terduga sebelumnya (Ganie, 2013:47)

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi meliputi beberapa aspek yaitu penghasilan, promosi, iklan/sales, pekerjaan, pendidikan usia, jenis kelamin, gaya hidup, dan sebaran penduduk (Maharani, 2015). Kegiatan promosi dapat dipandang sebagai suatu bentuk komunikasi di bidang pemasaran. Suatu bentuk komunikasi bisa di anggap berhasil apabila si komunikan dalam hal ini adalah konsumen bisa memahami isi dari komunikasi tersebut. Apabila proses komunikasi dirasakan konsumen tidak menyenangkan, maka pastilah terjadi

kegagalan dalam proses komunikasi. Kegagalan komunikasi ditandai oleh kondisi di mana konsumen tidak tahu akan produk yang dipromosikan itu (Gitosudarmo, 2012: 281). Promosi yang baik akan meningkatkan permintaan terhadap suatu produk. Ketika dikaitkan dalam hal ini, permintaan terhadap asuransi akan meningkat seiring dengan baiknya strategi promosi.

Pengertian premi dalam asuransi atau pertanggungan adalah kewajiban tertanggung, di mana hasil dari kewajiban tertanggung akan digunakan oleh penanggung untuk mengganti kerugian yang diderita tertanggung. Premi biasanya ditentukan dalam suatu presentase dari jumlah pertanggungan, di mana dalam presentase menggambarkan penilaian penanggung terhadap resiko yang ditanggungnya, penilaian penanggung berbeda-beda, akan tetapi hal ini dipengaruhi oleh hukum permintaan dan penawaran (Simanjuntak, 1990: 41). Salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan suatu produk adalah harga. Dalam perusahaan asuransi premi bisa dikategorikan harga sehingga besaran premi berpengaruh terhadap permintaan asuransi

Pendapatan Rumah Tangga adalah pendapatan / penghasilan yang diterima oleh rumah tangga bersangkutan baik yang berasal dari pendapatan kepala rumah tangga maupun pendapatan anggota-anggota rumah tangga. Pendapatan rumah tangga dapat berasal dari balas jasa faktor produksi tenaga kerja / pekerja (upah dan gaji, keuntungan / untung, bonus, dan lain lain), balas jasa kapital (bunga, bagi hasil, dan lain lain), dan pendapatan yang berasal dari pemberian pihak lain (<http://www.mediabpr.com>) Pendapatan yang cenderung tinggi akan mendorong seseorang untuk berasuransi. Pada dasarnya seseorang

yang memiliki pendapatan yang besar mampu untuk membiayai pengeluaran selain untuk kebutuhan primer

Pendidikan menurut George F. Kneller dibagi dalam tiga cakupan yaitu luas, teknis dan hasil. Arti luas pendidikan adalah menunjuk pada suatu tindakan atau pengalaman yang mempunyai pengaruh yang berhubungan dengan pertumbuhan atau perkembangan pikiran (*mind*), watak (*character*), dan kemampuan fisik (*physical ability*) individu. Arti teknis pendidikan adalah proses dimana masyarakat, melalui lembaga-lembaga pendidikan (sekolah, perguruan tinggi, atau lembaga-lembaga lain), dengan sengaja mentransformasikan warisan budayanya, nilai-nilai dan keterampilan-keterampilan dari generasi ke generasi. Sedang arti hasil pendidikan adalah apa yang boleh kita peroleh melalui belajar (Rohman, 2013: 8). Seseorang yang berpendidikan tinggi akan cenderung meningkatkan kesadarannya pada kesehatan serta konsekuensinya. Orang yang berpendidikan tinggi memiliki pola pikir dan persepsi yang lebih baik dibandingkan yang berpendidikan rendah. Orang yang berpendidikan tinggi sadar bahwa hidup itu penuh dengan ketidakpastian, sehingga seseorang yang berpendidikan tinggi cenderung memiliki asuransi (Maharani, 2015). Dengan pendidikan yang dimiliki seseorang, membawa individu untuk menggunakan jasa asuransi cukup berpeluang besar. Sebab mereka mengetahui tentang pengalihan resiko yang bisa ia alihkan ke pihak asuransi.

Asuransi dalam terminologi hukum termasuk perjanjian. Oleh karena itu, perjanjian itu sendiri perlu dikaji sebagai acuan menuju pada pengertian perjanjian asuransi. Menurut UU no 22 tahun 1992 tentang usaha perasuransian,

asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikat diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin ada diderita tertanggung yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal hidupnya seseorang yang dipertanggungkan (Sudarsono, 2004: 112)

Asuransi secara umum adalah perjanjian antara tertanggung atau nasabah dengan pihak penanggung atau perusahaan asuransi. Perjanjian tersebut mengenai kesediaan penanggung dalam hal ini perusahaan asuransi, untuk menanggung sejumlah kerugian yang mungkin terjadi pada masa yang akan datang setelah tertanggung menyepakati pembayaran uang yang disebut premi. Dengan adanya asuransi seseorang bisa lebih tenang dalam menjalankan aktifitasnya tidak terlalu memikirkan resiko yang akan menimpanya pada masa yang akan datang karena segala resiko kerugian akan ditanggung oleh perusahaan asuransi.

Salah satu perusahaan asuransi yang ada di Indonesia adalah perusahaan asuransi Takaful. Asuransi Takaful merupakan pelopor perusahaan asuransi murni syariah, sekaligus salah satu perusahaan terdepan di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1994. Asuransi Takaful menyediakan jasa asuransi dan perencanaan keuangan sesuai dengan prinsip syariah untuk memenuhi kebutuhan umat dan masyarakat di Indonesia (<http://asuransitakaful.net>)

Dari sisi finansial, kinerja Perusahaan di tahun 2014 dapat dikatakan cukup memuaskan meskipun melemahnya perekonomian Indonesia turut berdampak langsung pada pencapaian pendapatan. Hal tersebut dapat digambarkan dari pencapaian Kontribusi dana gabungan yang mengalami penurunan 4,2% menjadi sebesar Rp382,72 miliar dibanding tahun sebelumnya Rp399,50 miliar yang terdiri dari kontribusi bruto dana *Tabarru'* yang mengalami penurunan 11,71% menjadi sebesar Rp199,57 miliar dari Rp226,03 miliar. Dana talangan dengan penurunan 0,95% menjadi sebesar Rp99,64 miliar dari Rp100,60 miliar. Penurunan ini berdampak pada penurunan pendapatan Usaha sebesar 4,07% dan dibukukan pada angka Rp125,11 miliar, lebih rendah dari pencapaian tahun sebelumnya sebesar Rp130,42 miliar. Namun demikian, dengan menerapkan pengelolaan biaya yang efektif maka pencapaian Laba Bersih meningkat dari Rp15,56 miliar menjadi Rp16,85 miliar. Dan seiring dengan peningkatan Laba Bersih tersebut, aset Perusahaan tumbuh dari Rp952,52 miliar di tahun 2013 menjadi Rp1,04 triliun di tahun 2014. Sedangkan dari sisi pencapaian tingkat solvabilitas, rasio RBC per 31 Desember 2014 adalah sebesar 105,71% di mana angka tersebut jauh diatas ambang batas minimum yang ditetapkan dalam Peraturan Menteri Keuangan sebesar 30% (<http://www.takaful.co.id/laporan-tahunan>).

Penelitian yang membahas mengenai asuransi mengenai berbagai tema baik itu berkaitan dengan kinerja keuangan atau manajemen sudah terbilang banyak. Salah satu penelitian yang kami ketahui adalah penelitian yang dilakukan oleh Ashidiqi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

Permintaan Asuransi Pada PT Prudential *Life Assurance* Kantor Cabang Taman Siswa (Studi Kasus Pada Prulink Syariah *Assurance Account*) diketahui variabel-variabel yang di uji yaitu pendapatan, besarnya premi dan religiusitas.

Di sini peneliti akan mencoba meneliti faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi dilihat dari sudut pandang yang berbeda yaitu peneliti akan menampilkan faktor tingkat pendidikan serta promosi yang belum pernah diteliti sebelumnya di perusahaan asuransi takaful. Di samping itu promosi yang ada pada perusahaan asuransi Takaful hanya terbatas pada personal selling sehingga peneliti berniat meneliti hal tersebut. maka dari itu berdasarkan dengan data-data di atas penulis berusaha mengetahui tentang apa saja faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan asuransi sehingga penulis mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH PROMOSI, PREMI, PENDAPATAN NASABAH DAN TINGKAT PENDIDIKAN NASABAH TERHADAP PERMINTAAN ASURANSI PADA PT TAKAFUL”**

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful?
2. Bagaimana pengaruh besarnya premi asuransi terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful?
3. Bagaimana pengaruh pendapatan nasabah terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful?

4. Bagaimana pengaruh tingkat pendidikan nasabah terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful?

1.3. Tujuan penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi. Sedangkan secara rinci tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful
2. Untuk menganalisis pengaruh besarnya premi asuransi terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful
3. Untuk menganalisis pengaruh pendapatan nasabah terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful
4. Untuk menganalisis pengaruh tingkat pendidikan nasabah terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful.

1.4. Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan pengetahuan tentang asuransi khususnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi.

2. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan asuransi takaful, hasil penelitian yang dilaksanakan diharapkan dapat dipakai sebagai pendorong bagi perusahaan untuk bisa meningkatkan permintaan asuransi serta diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan asuransi khususnya faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi

1.5. Sistematika pembahasan

Agar dalam penyusunan skripsi ini lebih sistematis dan terfokus dalam satu pemikiran maka penulis menyajikan sistematika pembahasan yang bertujuan untuk menggambarkan alur pemikiran penulis dari awal hingga akhir. Adapun sistematika pembahasan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bab I

Pada bab ini berisi pendahuluan yang mengantarkan skripsi ini secara keseluruhan. Pada bab ini menjelaskan latar belakang masalah, pokok masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika pembahasan.

2. Bab II

Pada bab ini berisi tentang tinjauan pustaka dan hipotesis yang menguraikan tentang telaah pustaka, landasan teori yang menunjang penelitian ini, yaitu teori tentang permintaan, permintaan asuransi, faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi (promosi, premi,

pendapatan nasabah dan tingkat pendidikan nasabah), kerangka teoritik dan hipotesis.

3. Bab III

Pada bab ini berisi tentang jenis dan sifat penelitian, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, serta teknik yang digunakan untuk analisis data.

4. Bab IV

Pada bab ini berisi tentang analisis data serta pembahasannya yang menguraikan tentang deskripsi terdiri dari penyebaran kuosioner karakteristik responden dan freksunsi pendapatan, premi asuransi, tingkat pendidikan dan promosi. Selain itu juga berisi metode penelitian yang terdiri dari pengujian pertama yaitu uji validitas dan realibilitas kuesioner, uji f, uji t, uji koefisien determinasi, uji regresi, dan uji hipotesis.

5. Bab V

Pada bab ini berisi penutup yang menguraikan kesimpulan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan di atas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel promosi tidak berpengaruh terhadap permintaan asuransi PT Takaful Cabang Gedong Kuning. Hal ini disebabkan karena promosi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut hanya sebatas personal selling sehingga proses pengenalan produk pada masyarakat kurang maksimal
2. Variabel premi berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi PT Takaful Cabang Gedong Kuning. Hal tersebut karena kebijakan penentuan besarnya premi yang ditawarkan pihak perusahaan bisa diterima nasabah.
3. Variabel pendapatan nasabah tidak berpengaruh terhadap permintaan asuransi. hal tersebut karena ketertarikan masyarakat terhadap asuransi masih kurang serta pola pikir masyarakat yang beranggapan bahwa ketika mereka memiliki banyak uang tidak peduli terhadap resiko ketidakpastian yang akan dihadapi kemudian hari.
4. Variabel tingkat pendidikan nasabah berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi. hal tersebut karena semakin tinggi pendidikan seseorang maka kecenderungan untuk mengalihkan resiko terhadap perusahaan asuransi menjadi pilihan yang tepat.

5.2 Implikasi

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam bidang keilmuan akademik khususnya manajemen pemasaran perusahaan asuransi syariah yang berkaitan dengan permintaan asuransi. Kontribusi dan implikasi tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Dengan adanya penelitian ini, pihak PT Takaful dapat melakukan evaluasi dalam segi pemasaran, khususnya dalam segi faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi. Mengingat semakin banyaknya perusahaan-perusahaan asuransi lain baik itu syariah maupun konvensional sehingga ke depannya mampu membuat perkembangan yang baik untuk perusahaan asuransi Takaful.
2. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi penelitian yang akan datang mengenai kualitas permintaan asuransi. Serta diharapkan mampu menjadi bahan rujukan yang berkaitan dengan tema dalam penelitian ini

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Strategi promosi pada PT Takaful masih kurang optimal karena sebatas pada personal selling. Maka dari itu PT Takaful perlu meningkatkan lagi dengan melakukan strategi promosi yang lain selain personal selling mengingat promosi adalah salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan suatu produk.

2. Dilihat dari sisi permintaan, maka rekomendasi yang diberikan adalah dengan meningkatkan permintaan masyarakat terhadap asuransi, dimana baik masyarakat kalangan bawah sampai atas dapat menikmati manfaat dari asuransi..
3. Bagi peneliti selanjutnya, variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya mencakup empat variabel independen saja, sehingga masih perlu kajian tentang variabel-variabel independen lain diluar model penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdullah Thamrin & Tantri Francis, (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Ali, Zainuddin.(2008). *Hukum Asuransi Syariah, cet. Ke-1*. Jakarta: Sinar Grafika
- Ali, A. Hasymi. (2002). *Pengantar Asuransi, cet, Ke-3*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Ali, AM. Hasan, (2004). *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam*. Jakarta: Prenada Media
- Amrin, Abdullah. (2006). *Asuransi Syariah: Keberadaan dan Kelebihannya di Tengah Asuransi konvensional*. Jakarta: IKAPI
- Arafat, Wilson. (2005). *The Real Power of Marketing Audit*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia
- Azwar, Saifuddin. (2011). *Reliabilitas dan Validitas, Edisi III* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Budiyono, (2009). *Statistika Untuk Penelitian, Edisi II*. Surakarta: UPT Penerbitan dan Percetakan (UNS press)
- Christopher Lovelock, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry, (2010). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi, Edisi III, Jilid I*. Jakarta: Erlangga
- Darmawi, Herman, (2006). *Manajemen Asuransi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ganie, A. Junaedy, (2013). *Hukum Asuransi Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Ghozali, M, Imam, (2010). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gitosudarmo, Indriyo. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE.
- Ikhsan, Arfan, (2008). *Metodologi Penelitian Akuntansi Keperilakuan*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ikhsan, Fuad, (2010). *Dasar-Dasar Kependidikan. Cet ke-6*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Iqbal, Muhaimin. (2005). *Asuransi Umum Syariah dalam Praktik, Cet ke-1*, Jakarta. Gema Insani Press

- Khoirunnasir, Dkk. (2013). *Praktikum Statistik SPSS Ver.17*, Yogyakarta: Arta Bumi Iantaran.
- Mulyanto & Hans-Dieter Evers.ed, (1982). *Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok*, Jakarta: CV. Rajawali
- Nitisusastro, H. Mulyadi, (2013). *Asuransi dan Usaha Perasuransian di Indonesia*, Bandung: Alfabeta..
- Pangaribuan Simanjuntak, (1990). *Hukum Pertanggung*, Yogyakarta: Seksi Hukum Dagang Fakultas UGM
- Philip Kotler, (1999). *Marketing*, Jakarta: Erlangga, Jilid I
- Philip Kotler & Gary Amstrong, (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, edisi ke-12*, Jakarta : Erlangga jilid II
- Philip Kotler dan Kevin Keller, (2007). *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa B. Molan, Bandung: PT Indeks
- Rohman, Arif (2013). *Memahami Ilmu Pendidikan, cet. Ke-3*. Yogyakarta: CV Aswaja Presindo
- Sekaran, Uma, (2006). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi IV, Vol II* Jakarta: Salemba Empat.
- Soeharno. (2007). *Teori Mikroekonomi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Soeratno & lincolin Arsyad (1993). *Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis, Edisi Revisi, cet I*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Sudarsono, Heri, (2003). *Bank & Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi Edisi II*, Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis, Cet, ke 12*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta
- Sukmadinata, Nana Syaodih, (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sula, Muhammad Syakir. (2004). *Asuransi Syariah (life and General) : Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta : Gema Insani.

Sumarwan, Ujang, (2002). *Perilaku Konsumen dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Suparmoko, (2013). *Pengantar Ekonomi Mikro, Edisi III*, Yogyakarta: BPF

Tati suhartati joesron dan M. Fathorrazi. (2012). *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Jurnal dan Skripsi:

Abd Ghofar, (2012), *Pengaruh Premi, Klaim, Investasi, Profitabilitas Terhadap Pertumbuhan Aset Pada Asuransi Syariah di Indonesi*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Ashidiqi, M. Fida Fariz. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Asuransi Pada PT . Prudential Life Assurance Kantor Cabang Taman Siswa (Studi Kasus Pada Prulink Syariah Assurance Account)*. Skripsi Program S1 UIN Sunan Kalijaga.

Kristianto, Djoko, (2009). *Implikasi Akuntansi Syariah dan Asuransi Syariah dalam Lembaga Keuangan Syariah* dalam Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi Vol 7 No. 1

Maharani, Putu Veyna. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Di Kota Singaraja Memiliki Program Asuransi Unitlink*, jurnal ilmiah, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Vol: 5

Mahmudah, Siti. (2005). *Hubungan Antara Persepsi Remaja Pada Pola Asuh Orang Tua Dengan Hubungan Interpesonal di MAN 1 Yogyakarta*. Laporan Penelitian. Fakultas Psikologi: Malang

Pasaribu, Donal Renaldo, (2004). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Asuransi di Kotamadya Medan*. Skripsi Program S1 Universitas Sumatra Utara.

Rosida, Nur Hidayati. *Asuransi Konvensional Dan Asuransi Syariah: Perbedaan Dalam Lingkup Akuntansi*. Jurnal , Universitas Negeri Surabaya.

Sari, Lia Permata. (2008). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Terhadap Asuransi Kerugian Pada PT Jasa Raharja Putera Cabang Medan*. Skripsi Program S1 Universitas Sumatra Utara.

Yanti, Lisda. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Asuransi Jiwa di Kota Makassar*. Skripsi Program S1 Universitas Hasanuddin Makassar

Internet:

<http://asuransitakaful.net/perusahaan-asuransi-pertama-murni-syariah/> 19 April 2016

http://www.mediabpr.com/kamus-bisnis-bank/pendapatan_rumah_tangga.aspx 27 April 2016

<https://takafulumum.wordpress.com/berita-terkini/2014-adalah-tahun-asuransi-syariah-indonesia/> 27 april 2016

Widhiarso, W. (2010). Pengembangan Skala Psikologi: Lima Katagori Respon Ataukah Empat Katagori Respon?, Di akses dari <http://widhiarso.staff.ugm.ac.id>

<http://www.takaful.co.id/profil-perusahaan> 27 juli 2016

<http://www.takaful.co.id/laporan-tahunan> 14 Oktober 2016

Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. MarsdaAdisucipto, Telp (274) 589621, 512474, Fax. (274) 586117
E-mail: febi@uin-suka.ac.id Yogyakarta 55281

Nomor : B-9851/Un.02/DEB.1/PN.01/08/2016

4 Agustus 2016

Sifat : Biasa

Lamp. : 3 bendel

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan
PT Takaful Kota Yogyakarta
di Jl. Gedong Kuning 120a Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dalam rangka memenuhi tugas akhir/skripsi yang berjudul "PENGARUH PROMOSI PREMI, PENDAPATAN NASABAH DAN TINGKAT PENDIDIKAN NASABAH TERHADAP PERMINTAAN ASURANSI PADA PT TAKAFUL CABANG DEDONG KUNING YOGYAKARTA", dengan Dosen Pembimbing Ruspita Rani Pertiwi S. Psi., MM diperlukan penelitian.

Oleh karena itu kami mengajukan permohonan izin kepada Bapak/Ibu Pimpinan PT. Takaful Kota Yogyakarta. Jl. Gedong Kuning 120a Yogyakarta mahasiswa kami:

Nama : M. Heri Santoso

NIM : 12391005

Program Studi : Keuangan Syari'ah

Alamat : Panggunharjo Sewon Bantul Yogyakarta

untuk melakukan penelitian di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin. Sebagai bahan pertimbangan bersama ini kami lampirkan :

1. Proposal Skripsi
2. Fotocopy Kartu Tanda Mahasiswa (KTM)
3. Fotocopy Kartu Rencana Studi (KRS)

Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas diperkenankannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Tembusan:
Dekan (sebagai laporan)

Surat Keterangan Penelitian



REPRESENTATIVE OFFICE
PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA
TANWIR NUSANTARA
Jl. Gedongkuning 122+2, Yogyakarta

Nomor : A.141/RO.TN/IX/2016
Hal : Surat Keterangan Penelitian

Yogyakarta, 20 September 2016

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Bersamaan surat ini menerangkan bahwa mahasiswa:

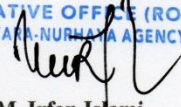
Nama : Muhammad Heri Santoso
NIM : 12391005
Kampus : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Prodi : Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar sudah melakukan penelitian dalam penyelesaian tugas penyusunan skripsi, dan yang bersangkutan telah melakukan penelitian di PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Yogyakarta RO Tanwir Nusantara, Jalan Jl. Gedong Kuning No.122+2 Yogyakarta, dari tanggal **20 Agustus – 19 September 2016**.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan semestinya.

وَالسَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ




M. Irfan Islami
Pimpinan

No	Halaman	Pedoman	Terjemahan
1	24	Yusuf : 43-49	<p>Raja berkata (kepada orang-orang terkemuka di kaumnya), ‘ sesungguhnya aku bermimpi melihat tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk di makan oleh tujuh ekor sapi betina yang kurus-kurus dan tujuh bulir (gandum) yang hijau dan tujuh bulir lainnya yang kering. Hai orang-orang yang terkemuka, terangkanlah kepadaku tentang takwil mimpiku itu, jika kamu dapat menakwilkan mimpi.</p> <p>Mereka menjawab, ‘(Itu) adalah mimpi-mimpi yang kosong dan kami sekali-kali tidak tahu menakwilkan mimpi itu</p> <p>Dan berkatalah orang yang selamat di antara mereka berdua dan teringat (kepada yusuf) sesudah beberapa waktu lamanya, ‘aku akan memberitakan kepadamu tentang (orang yang pandai menakwilkan mimpi itu, maka utuslah aku (kepadanya)</p> <p>(setelah pelayan bertemu dengan yusuf, dia berseru),’ Yusuf, hai orang yang amat di percaya, terangkanlah kepada kami (takwil mimpi) tentang tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk yang di makan oleh tujuh ekor sapi betina yang kurus-kurus dan tujuh bulir (gandum) yang hijau dan (tujuh) lainnya yang kering agar aku kembali kepada orang-orang itu, agar mereka mengetahuinya.’</p> <p>Yusuf berkata,’ suapaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagai mana biasa; maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan di budirnya, kecuali sedikit untuk kamu makan</p> <p>Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit) kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan.</p> <p>Kemudian setelah itu akan datang tahun yang padanya manusia di beri hujan (dengan cukup) dan di masa itu mereka merasa anggur.”</p> <p>(Yusuf:43-49)</p>

2	24	Yusuf :67	Dan Yaqub berkata, ‘ hai anak-anakku janganlah kamu (bersama-sama) masuk dari satu pintu gerbang, dan masuklah dari pintu-pintu gerbang yang berlain-lainan; namun demikian aku tiada dapat melepaskan kamu barang sedikit pun dari (takdir) Allah. Keputusan menetapkan (sesuatu) hanyalah hak Allah; kepadanya lah aku bertawakal dan hendaklah hanya kepada-Nya saja orang-orang yang bertawakal berserah diri.’” (Yusuf:67)
3	30	Al-Kahfi: 19	Demikian lah kami bangkitkan mereka agar saling bertanya di antara mereka sendiri. Berkata salah seorang di antara mereka, ‘sudah berapa lamakah kamu berada di sini? Mereka menjawab, kita sudah berada di sini satu atau setengah hari. ‘berkata yang lain lagi, ‘tuhan kamu lebih mengetahui berapa lamanya kamu berada di sini. Maka, suruhlah salah seorang kamu pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah ia lihat manakah makanan yang lebih baik dan hendaklah ia membawa makanan ini untukmu. Hendaklah ia berlaku lemah lembut, dan janganlah sekali-kali menceritakan halmu kepada seorang pun (al-Kahfi:19)
4	30	Al-Baqarah : 283	Maka jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang di percayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhanya. “(al-Baqarah: 283)

KUESIONER

Sebelumnya saya mengucapkan terima kasih untuk waktu yang disediakan oleh Bapak / Ibu. Pengisian kuisisioner ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan permintaan Bapak / Ibu terhadap produk Asuransi. Semua data yang terkumpul akan digunakan untuk menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Premi, Pendapatan Nasabah dan Tingkat Pendidikan Nasabah Terhadap Permintaan Asuransi Pada PT Takaful”.

Responden dalam penelitian ini adalah pemegang polis asuransi di PT Takaful Cabang Gedong Kuning Kota Yogyakarta. Diharapkan dengan adanya kegiatan ini dapat menambah pengetahuan dan menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat tentang manfaat dan keuntungan berasuransi. Selain itu, bisa menjadi tolak ukur bagi perusahaan - perusahaan asuransi yang ada di Yogyakarta untuk menyusun perencanaan pelayanan yang lebih baik.

Identitas Umum Responden

No	Pertanyaan	Keterangan
1	Nama	
2	Tanggal/Bulan/Tahun :	/ / /
3	Jenis Kelamin :	
4	Alamat :	
5	Umur	
6	Status : 1. menikah 2. Belum Menikah	<input type="checkbox"/>
7	Pendidikan terakhir : 1. Tamat SD/Sederajat 2. Tamat SMP/Sederajat 3. Tamat SMA/Sederajat 4. Tamat D1/D2/D3 5. Sarjana (S1)/(S2)/(S3) 6 . Lainnya	<input type="checkbox"/>
8	Jumlah anak	Orang
9	Berapa pendapatan tetap Anda perbulan ?	<input type="checkbox"/> Rp 1 juta < <input type="checkbox"/> Rp 1 juta - 3 juta

		<input type="checkbox"/> Rp 3 juta - 5 juta <input type="checkbox"/> Rp 5 juta - 10 juta <input type="checkbox"/> Rp > 10 juta
--	--	--

Pertanyaan Tentang Asuransi

a. Promosi

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Agen mampu untuk menjelaskan produk asuransi takaful dengan baik				
2	Agen mampu merespon pertanyaan dari nasabah				
3	Agen mampu mempresentasikan kelebihan produk asuransi takaful				
4	Agen ramah dan mampu dalam mengatasi keluhan				
5	Agen mampu meyakinkan saya untuk menggunakan produk asuransi takaful				
6	Agen memberikan akses komunikasi yang jelas terhadap nasabah				

b. Premi Asuransi

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Premi asuransi takaful bagi saya terjangkau				
2	Jangka dan tempo pembayaran premi sesuai kemampuan nasabah				
3	Ketika belum bisa membayar , nasabah di berikan alternatif penundaan waktu pembayaran				

c. Pendapatan

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Pendapatan yang saya peroleh lebih dari cukup				

2	Produk asuransi yang di tawarkan sesuai dengan pendapatan saya				
3	Dengan pendapatan yang saya peroleh saya mampu memenuhi kebutuhan keluarga sehingga mampu membeli produk asuransi				
4	Uang yang saya tabungkan hanya sebagian kecil dari pendapatan saya				

d. Permintaan Asuransi

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya mengerti hidup penuh dengan ketidakpastian sehingga memiliki polis asuransi takaful suatu hal yang baik				
2	Asuransi menurut saya pilihan yang tepat untuk mengalihkan resiko yang bisa terjadi kapan saja				
3	Saya mengerti tentang manfaat memiliki polis asuransi sehingga layak untuk di tawarkan kepada teman-teman saya				
4	Produk asuransi takaful yang sesuai dengan syariah lebih meyakinkan saya di bandingkan produk asuransi konvensional				
5	Saya memilih asuransi takaful setelah melihat alternatif pilihan beberapa perusahaan asuransi lain				
6	Saya yakin menjadi nasabah asuransi takaful bisa menjadikan masa depan lebih baik.				
7	Saya yakin pilihan saya menjadi nasabah asuransi takaful adalah yang terbaik				

HASIL KUESIONER

D A T A R E S P O N D E N	NO	NAMA	J. K	USIA	PENDIDIKAN	PENDAPATAN
	1	Sri Subarya	2	3	3	2
	2	Anggit Sanjaya	1	4	3	2
	3	Poniran	1	4	5	3
	4	Listianing Wulan	2	3	4	2
	5	Agus Purwanto	2	4	5	2
	6	M. Adhi Riski	1	2	5	3
	7	Vivin Zafrina	2	2	5	2
	8	Yuti Rianto	1	1	3	1
	9	Edy Prayitno	1	3	5	4
	10	Dwi Suryanto	1	3	4	5
	11	M. Irfan Islami	1	4	5	4
	12	Yurwaningsih	2	2	4	1
	13	Egi Qadrina. R	2	1	5	1
	14	Faisal B.P	1	1	3	2
	15	Ulul Asfihani	1	1	5	2
	16	M. Faiz Arafi	1	1	3	1
	17	M. Ardian. Y	1	2	4	1
	18	Angger M.J	1	1	5	1
	19	Eko Haryadi	1	1	4	1
	20	Sulma Safina	1	1	5	1
	21	Roudhatul. M	2	1	5	1
	22	Danik Hani O	2	2	3	2
	23	Safitri P	2	2	3	2
	24	Dian Apni L	2	2	3	2
	25	Indah R	2	3	3	2
	26	Umi Fathanah	2	1	3	2
	27	Nur Indriastuti	2	3	5	3
	28	Dwi Taat. A	1	2	3	2
	29	Ema Kustinawati	2	2	3	2
	30	Maryono	1	4	3	2
	31	Wiwit S	2	3	3	2
	32	Icut Zulfiani	2	1	5	1
	33	Alfi Adityani	2	3	3	2
	34	Astri Haryanti	2	2	3	3
	35	Alifa Muthia	1	3	4	2
	36	Tino Atma	2	3	3	2
	37	Dwi Saputra	1	2	5	3
	38	Hisbullah	2	4	3	2
	39	Ragil A Nugroho	2	2	5	3
40	Khaerul Arafat	1	3	5	2	

NO	PERTANYAAN																					
	Promosi						Premi			Pendapatan				TP	Permintaan Asuransi							
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	1	2	3	4	1	1	2	3	4	5	6	7	
R E S P O N D E N	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	
	4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3
	5	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	5	4	3	3	3	3	4	3
	6	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3
	7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4
	8	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
	9	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	5	4	4	4	3	3	4	4
	10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4
	11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
	12	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4
	13	4	3	3	3	3	3	2	1	2	2	2	2	3	1	3	2	3	3	2	3	3
	14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	1	3	3	3	3	2	3	3
	15	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	1	3	2	3	4	3	3	3
	16	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	2	3	3
	17	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2
	18	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	4
	19	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	2	2	2	3	3
	20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	1	3	3	3	2	2	3	3
	21	3	4	3	4	3	4	2	3	2	3	3	2	4	1	4	3	3	3	1	3	3
	22	3	3	3	3	4	4	4	4	4	1	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	4
	23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
	24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
	25	3	2	3	3	3	2	3	3	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
	26	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4
	27	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	3	4	3	3	3
	28	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	29	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	32	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	5	4	3	4	3	3	4	3
	33	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3
	34	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3
	35	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3
	36	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3
	37	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	3	3	3	3	3
	38	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3
	39	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	5	4	4	4	3	2	3	2
	40	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	5	3	4	4	3	3	3	4

Penjelasan data responden

JENIS KELAMIN	1	Laki-laki
	2	Perempuan
USIA	1	16 – 25 tahun
	2	26 – 35 tahun
	3	36 – 45 tahun
	4	45 tahun ke atas
TINGKAT PENDIDIKAN	1	SD/ sederajat
	2	SMP/ sederajat
	3	SMA/ sederajat
	4	D1/D2/D3
	5	S1/S2/S3
PENDAPATAN	1	1 juta ke bawah
	2	1 juta – 3 juta
	3	3 juta – 5 juta
	4	5 juta – 10 juta
	5	10 juta ke atas

Penjelasan skala likert

Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

OUTPUT SPSS

Statistics

		JENIS KELAMIN	USIA	PENDIDIKAN	PENDAP ATAN
N	Valid	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0
Mean		1.53	2.30	3.95	2.08
Median		2.00	2.00	4.00	2.00
Mode		2	2	3	2
Std. Deviation		.506	1.043	.932	.917
Variance		.256	1.087	.869	.840
Skewness		-.104	.209	.103	1.107
Std. Error of Skewness		.374	.374	.374	.374
Maximum		2	4	5	5
Sum		61	92	158	83

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	LAKI LAKI	19	47.5	47.5	47.5
	PEREMPUAN	21	52.5	52.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	16 - 25	11	27.5	27.5	27.5
	26 - 35	12	30.0	30.0	57.5
	36 - 45	11	27.5	27.5	85.0
	45 >	6	15.0	15.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

PENDIDIKAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	SMA/SEDERAJAT	18	45.0	45.0	45.0
	D1/D2/D3	6	15.0	15.0	60.0
	S1/S2/S3	16	40.0	40.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

PENDAPATAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 JUTA <	10	25.0	25.0	25.0
1 JUTA - 3 JUTA	21	52.5	52.5	77.5
3 JUTA - 5 JUTA	6	15.0	15.0	92.5
5 JUTA - 10 JUTA	2	5.0	5.0	97.5
10 JUTA >	1	2.5	2.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

1. Validitas dan Realibilitas

A. Promosi

Correlations

	PROMOSI	PROMOSI	PROMOSI	PROMOSI	PROMOSI	PROMOSI	PROMOSI
PROMOSI Pearson Correlation	1	.569**	.380*	.194	.264	.132	.623**
Sig. (2-tailed)		.000	.016	.232	.100	.416	.000
N	40	40	40	40	40	40	40
PROMOSI Pearson Correlation	.569**	1	.462**	.418**	.464**	.305	.798**
Sig. (2-tailed)	.000		.003	.007	.003	.055	.000
N	40	40	40	40	40	40	40
PROMOSI Pearson Correlation	.380*	.462**	1	.153	.450**	.022	.627**
Sig. (2-tailed)	.016	.003		.346	.004	.891	.000
N	40	40	40	40	40	40	40
PROMOSI Pearson Correlation	.194	.418**	.153	1	.607**	.307	.645**
Sig. (2-tailed)	.232	.007	.346		.000	.054	.000
N	40	40	40	40	40	40	40
PROMOSI Pearson Correlation	.264	.464**	.450**	.607**	1	.339*	.771**
Sig. (2-tailed)	.100	.003	.004	.000		.032	.000
N	40	40	40	40	40	40	40
PROMOSI Pearson Correlation	.132	.305	.022	.307	.339*	1	.548**
Sig. (2-tailed)	.416	.055	.891	.054	.032		.000
N	40	40	40	40	40	40	40
PROMOSI Pearson Correlation	.623**	.798**	.627**	.645**	.771**	.548**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	40	40	40	40	40	40	40

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	6

B. Premi

Correlations

		PREMI	PREMI	PREMI	PREMI
PREMI	Pearson Correlation	1	.730**	.585**	.862**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
PREMI	Pearson Correlation	.730**	1	.602**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40
PREMI	Pearson Correlation	.585**	.602**	1	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40
PREMI	Pearson Correlation	.862**	.890**	.858**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	3

C. Pendapatan Nasabah

Correlations

		PENDAPATAN NASABAH	PENDAPATAN NASABAH	PENDAPATAN NASABAH	PENDAPATAN NASABAH	PENDAPATAN NASABAH
PENDAPATAN NASABAH	Pearson Correlation	1	.169	.306	.268	.649**
	Sig. (2-tailed)		.297	.055	.094	.000
	N	40	40	40	40	40
PENDAPATAN NASABAH	Pearson Correlation	.169	1	.557**	.229	.671**
	Sig. (2-tailed)	.297		.000	.154	.000
	N	40	40	40	40	40
PENDAPATAN NASABAH	Pearson Correlation	.306	.557**	1	.256	.745**
	Sig. (2-tailed)	.055	.000		.111	.000
	N	40	40	40	40	40
PENDAPATAN NASABAH	Pearson Correlation	.268	.229	.256	1	.680**
	Sig. (2-tailed)	.094	.154	.111		.000
	N	40	40	40	40	40
PENDAPATAN NASABAH	Pearson Correlation	.649**	.671**	.745**	.680**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.616	4

D. Tingkat Pendidikan nasabah**Correlations**

		TINGKAT PENDIDKAN	TINGKAT PENDIDKAN
TINGKAT PENDIDKAN	Pearson Correlation	1	1.000**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	40	40
TINGKAT PENDIDKAN	Pearson Correlation	1.000**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	40	40

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
1.000	2

E. Permintaan Asuransi**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PERMINTAAN ASURANSI	19.25	7.064	.701	.852
PERMINTAAN ASURANSI	19.43	6.917	.615	.864
PERMINTAAN ASURANSI	19.40	7.323	.645	.859
PERMINTAAN ASURANSI	19.50	6.974	.699	.851
PERMINTAAN ASURANSI	19.78	6.538	.653	.861
PERMINTAAN ASURANSI	19.50	7.538	.633	.861
PERMINTAAN ASURANSI	19.50	7.179	.695	.853

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	7

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.095	3.780		1.613	.116		
	PROMOSI	.365	.224	.223	1.628	.112	.683	1.464
	PREMI	.658	.280	.329	2.348	.025	.652	1.534
	PENDAPATAN NASABAH	-.177	.262	-.090	-.676	.503	.717	1.395
	TINGKAT PENDIDIKAN	.912	.275	.430	3.316	.002	.760	1.316

a. Dependent Variable: PERMINTAAN ASURANSI

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.061	2.083		1.950	.059		
	PROMOSI	-.167	.123	-.266	-1.353	.185	.683	1.464
	PREMI	.105	.154	.137	.679	.502	.652	1.534
	PENDAPATAN NASABAH	-.045	.144	-.060	-.313	.756	.717	1.395
	TINGKAT PENDIDIKAN	.115	.151	.141	.758	.453	.760	1.316

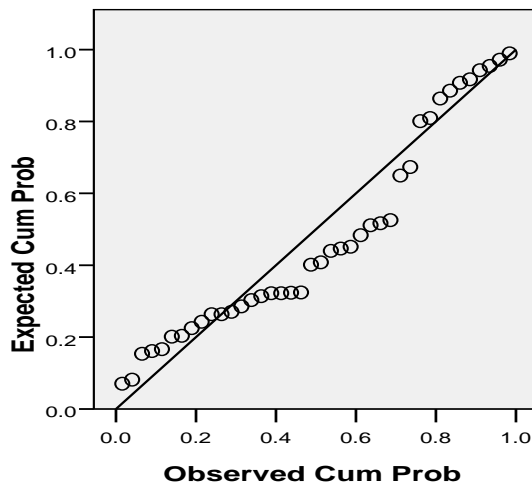
a. Dependent Variable: RES2

4. Uji Normalitas

A. Analisis Grafik

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: PERMINTAAN ASURANSI



B. Analisis Statistik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.07806124
Most Extreme Differences	Absolute	.179
	Positive	.179
	Negative	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		1.132
Asymp. Sig. (2-tailed)		.154

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TINGKAT PENDIDIKAN, PENDAPATAN NASABAH, PROMOSI, PREMI		Enter

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: PERMINTAAN ASURANSI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 ^a	.552	.500	2.194

- a. Predictors: (Constant), TINGKAT PENDIDIKAN, PENDAPATAN NASABAH, PROMOSI, PREMI
b. Dependent Variable: PERMINTAAN ASURANSI

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	207.185	4	51.796	10.764	.000 ^a
	Residual	168.415	35	4.812		
	Total	375.600	39			

a. Predictors: (Constant), TINGKAT PENDIDKAN, PENDAPATAN NASABAH, PROMOSI, PREMI

b. Dependent Variable: PERMINTAAN ASURANSI

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.095	3.780		1.613	.116
	PROMOSI	.365	.224	.223	1.628	.112
	PREMI	.658	.280	.329	2.348	.025
	PENDAPATAN NASABAH	-.177	.262	-.090	-.676	.503
	TINGKAT PENDIDKAN	.912	.275	.430	3.316	.002

a. Dependent Variable: PERMINTAAN ASURANSI

Pertanyaan dan foto wawancara

Bapak Irfan selaku pimpinan PT Takaful Cabang Gedong Kuning



1. Bagaimana konsep pemasaran produk asuransi takaful dalam hal ini adalah promosi ?
2. Bagaimana konsep pembagian pembayaran premi serta pembagiannya?
3. Menurut hasil olah data pada penelitian ini, promosi tidak berpengaruh signifikan, bagaimana menurut pendapat Anda?
4. Menurut hasil olah data pada penelitian ini, pendapatan berpengaruh negatif serta tidak signifikan, bagaimana menurut Anda?

**PENGARUH PROMOSI, PREMI, PENDAPATAN NASABAH, DAN
TINGKAT PENDIDIKAN NASABAH TERHADAP PERMINTAAN
ASURANSI PADA PT TAKAFUL CABANG GEDONG KUNING**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Sebagai
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
dalam Ilmu Manajemen Keuangan Syariah**

Oleh:

Muhammad Heri Santoso

NIM. 12391005

Dosen Pembimbing:

Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2016**

ABSTRAK

Setiap orang mengerti bahwa hidup penuh dengan ketidakpastian yang bisa menimbulkan resiko maka dari itu perlu adanya asuransi sebagai sarana untuk mengalihkan resiko. Dengan adanya asuransi seseorang bisa tenang dalam menjalankan aktifitasnya maka dari itu keberadaan asuransi bagi seseorang adalah suatu kebutuhan. Asuransi adalah suatu perjanjian di mana seseorang penanggung mengikatkan diri kepada seorang tertanggung dengan menerima suatu premi untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang mungkin terjadi karena suatu peristiwa yang tidak terduga. Perkembangan asuransi syariah di Indonesia semakin berkembang pesat. Hal tersebut terjadi karena beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap produk asuransi di antaranya adalah promosi, premi, pendapatan dan tingkat pendidikan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi, premi, pendapatan nasabah dan tingkat pendidikan nasabah terhadap permintaan asuransi PT Takaful Cabang Gedong Kuning. Data diambil dari kuesioner yang dibagikan kepada nasabah PT Takaful. Metode yang digunakan adalah metode regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai adjusted R square sebesar 0,500 yang berarti 50% permintaan asuransi pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning dipengaruhi secara bersama-sama oleh variabel yang dijelaskan oleh model sedangkan sisanya 50% di pengaruhi oleh faktor lain di luar model. Secara parsial promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi. Premi dan tingkat pendidikan nasabah berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi. sedangkan pendapatan nasabah berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan asuransi.

Kata Kunci: Promosi, premi, pendapatan nasabah, tingkat pendidikan nasabah dan permintaan asuransi.

ABSTRACT

Everyone understands that life is full of uncertainties, that could cause a risk then there is need for insurance as a means to transfer risk. With the existence of insurance a person can rest in running activities and therefore the existence of insurance for someone is a requirement. Insurance is an agreement in which a person is binding an insurer to receive a premium to provide a reimbursement for any loss, damage, or lost profits that may occur due to an unexpected event. The development of Islamic insurance in Indonesia is growing rapidly. This happens because some of the factors affecting the demand for insurance products among which are the promotion, premiums, income and level of education.

This study aimed to examine the effect of promotions, premiums, income customers and customers' level of education on insurance demand PT Takaful Branch office of Gedong Kuning. Data was taken from the questionnaire which distributed to customers of PT Takaful. The method was used is multiple linear regression method. The results showed that the adjusted R-square of 0.500 which means 50% of insurance demand in PT Takaful Branch office of Gedong Kuning was influenced jointly by variables which was described by the model while the remaining 50% was influenced by other factors outside the model. Partially, sale has not significant effect on insurance demand. Premiums and customers' education level has a significant effect on insurance demand. While revenue from customers has a negative effect and no significant on insurance demand.

Keywords: Promotion, premiums, customers income, the education level of customers and insurance demand.



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Sdr. Muhammad Heri Santoso

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberi petunjuk, dan mengoreksi serta melakukan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Muhammad Heri Santoso

NIM : 12391005

Judul Skripsi : Pengaruh promosi, premi, pendapatan nasabah, dan tingkat pendidikan nasabah terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful cabang Gedong Kuning

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Prodi Manajemen Keuangan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Manajemen Keuangan Syariah.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 30 Agustus 2016

Pembimbing Skripsi

Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M
NIP. 19760616 200501 2 002

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomer : B-1442/Un.02/DEB/PP.05.3/10/2016

Skripsi/tugas akhir dengan judul:

“Pengaruh Promosi, Premi, Pendapatan nasabah, dan Tingkat pendidikan nasabah Terhadap Permintaan Asuransi Pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning”

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Muhammad Heri Santoso

NIM : 12391005

Telah dimuqasyahkan pada : 11 Oktober 2016

Nilai : A/B

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM MUNAQASYAH:

Ketua Sidang

H. Muhammad Yazid Afandi, S.Ag., M.Ag.

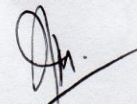
NIP. 19720913 200312 1 001

PENGUJI I

Joko Setyono, SE., M.A.

NIP. 19730702 200212 1 003

PENGUJI II

Drs. Slamet Khilmi, M.SI

NIP. 19631014 199203 1 002

Yogyakarta, 12 Oktober 2016

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dekan,

Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag

NIP. 19670518 199703 1 003

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Heri Santoso

Nim : 12391005

Jurusan-Prodi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh promosi, Premi, Pendapatan nasabah, dan Tingkat pendidikan nasabah Terhadap Permintaan Asuransi PT Takaful Cabang Gedong Kuning”** adalah benar-benar merupakan hasil karya pengusunan sendiri bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dari karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada ditangan penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu

Yogyakarta, 30 Agustus 2016

Penyusun



Muhammad Heri Santoso
NIM. 12391005

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai *civitas* akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Heri Santoso
NIM : 12391005
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Promosi, Premi, Pendapatan nasabah dan Tingkat pendidikan nasabah Terhadap Permintaan Asuransi PT Takaful Cabang Gedong Kuning.”

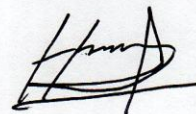
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/Formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir skripsi saya selama tetap mencantumkan saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta

Pada tanggal: 30 Agustus 2016

Yang Menyatakan



Muhammad Heri Santoso

NIM: 12391005

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Šād	š	es (dengan titik di bawah)

ض	Dād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
هـ	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	ﺀ	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' marbūṭah*

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Ḥikmah</i>
علة	ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----َ-----	Fatḥah	ditulis	A
-----ِ-----	Kasrah	ditulis	i
-----ُ-----	Ḍammah	ditulis	u

فَعَلَ	Fatḥah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>zūkira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fatḥah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fatḥah + yā' mati	ditulis	<i>ā</i>
تَنَسَى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati	ditulis	<i>ī</i>
كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati	ditulis	<i>ū</i>
فروض	ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. fatḥah + yā' mati بينكم	Ditulis ditulis	<i>Ai</i> <i>bainakum</i>
2. fatḥah + wāwu mati قول	ditulis ditulis	<i>au</i> <i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنَنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

الْقُرْآنُ	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الْقِيَاسُ	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاءُ	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

MOTTO

“Keep Positif Thinking”

Kita bisa merasakan indahnya keberhasilan
setelah kita tau rasanya bersusah payah
Keberhasilan tanpa susah payah adalah ilusi

Life is choice

Jangan takut untuk bermimpi.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah,,

Segala Puji bagi Allah, Tuhan semesta Alam,

Rahmat-Mu begitu agung

Tulisan ini kupersembahkan pada :

Ayahanda Chalimi, Ibunda tercinta Sustati,

yang telah membesarkan dan mendidiku. Semoga Allah membalas dengan limpahan rahmat yang agung atas segala ketulusan, cinta dan doa yang tanpa henti

Kakak-kakaku Herman Suryo Susilo dan Sholehudin

Serta adiku Hermawati

Semoga Allah selalu melimpahkan kasih dan sayang diantara kita

*Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada penyusun, sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam tidak lupa saya panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Semoga kita termasuk golongan umatnya dan mendapatkan syafaatnya di *yaumul qiyamah*. Amin.

Penelitian ini merupakan akhir pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Proses penelitian skripsi ini bukan tidak ada hambatan, melainkan penuh dengan liku-liku yang membuat penyusun harus bekerja keras dalam mengumpulkan data-data yang sesuai dengan maksud dan tujuan melakukan penelitian. Untuk itu, penyusun dengan ikhlas ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Drs. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. H.Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. H. Muhammad Yazid Afandi, S.Ag., M.Ag. selaku ketua Prodi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Jauhar Faradis, S.H.I., M.A. selaku Dosen pembimbing akademik
5. Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi.,MM. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk Penulis selama menempuh Skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk Penulis selama menempuh pendidikan.
7. Seluruh pegawai dan staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

8. Orang tua tercinta, Ayahanda Chalimi, Ibunda Sustati atas doa curahan kasih sayang, dukungan, dan motivasi kehidupan .
9. Kedua Kakak saya tercinta, Sholehudin dan Herman Suryo Susilo atas dukungan dan semangatnya. Serta adiku tersayang Hermawati
10. Guru dan sahabatku Dhiya'ul Haq dan Ahmad Jazuli yang telah memberikan motivasi, semangat dan turut mendoakan peneliti dalam menyelesaikan skripsi
11. Teman-teman seperjuangan prodi Manajemen Keuangan Syariah angkatan 2012 dan semua pihak yang telah membantu serta banyak memberi semangat.
12. Keluarga Mahasiswa Tegal (Kamasita) yang telah memberikan ruang untuk belajar, pengalaman, dan relasi.
13. teman-teman KKN angkatan 86 Desa Hargorejo, Ngaseman, Kulon Progo.
14. Keluarga Pon-Pes Al-Munawir , para calon penghuni surga. Amin.
15. Semua pihak yang telah membantu penyusun dalam penyusunan tugas akhir yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga semua yang telah diberikan menjadi amal saleh dan diberi balasan melebihi apa yang telah diberikan oleh Allah SWT, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi para pembaca pada umumnya. *Aamiin Ya Rabbal 'Alamiin.*

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 30 Agustus 2016

Penyusun,

Muhammad Heri Santoso
NIM. 12391005

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT PENGESAHAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
HALAMAN MOTTO	xii
HALAMAN PERSEMBAHAN	xii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.4 Sistematika Pembahasan	10
BAB II KERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Telaah Pustaka.....	12
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Pengaruh	16
2.2.2 Teori Permintaan.....	17
2.2.2.1 Pengertian Permintaan	17
2.2.2.2 Fungsi Permintaan	17
2.2.2.3 Hukum Permintaan	18
2.2.2.4 Kurva Permintaan	20
2.2.3 Permintaan Asuransi	23
2.2.4 Promosi	26
2.2.5 Premi	32
2.2.6 Pendapatan Nasabah	36
2.2.7 Tingkat Pendidikan	39
2.2.5 Kerangka Penelitian	40
2.2.4 Pengembangan Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis penelitian dan Sumber data	45
3.2 Populasi dan Sampel	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data	46

3.4	Definisi Operasional Variabel	47
3.5	Instrumen Penelitian.....	49
3.6	Metode dan analisis data	52
3.6.1	Analisis Deskriptif	52
3.6.2	Uji Validitas dan Realibilitas	52
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	54
3.6.3.1	Uji Multikolinieritas.....	54
3.6.3.2	Uji Heteroskedastisitas.....	54
3.6.3.3	Uji Normalitas.....	56
3.6.4	Analisis Regresi Berganda.....	57
3.6.5	Uji Hipotesis	59
3.6.5.1	Uji F	59
3.6.5.2	Koefisien Determinasi	60
3.6.5.3	Uji T	60

BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil PT Takaful.....	62
4.1.1	Deskripsi	62
4.1.2	Visi dan Misi.....	64
4.2	Gambaran umum responden	64
4.3	Analisis deskriptif	65
4.4	Hasil Analisis Data.....	68
4.4.1	Pengujian Instrumen Penelitian.....	68
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	71
4.5	Uji Regresi Linier Berganda	76
4.6	Uji Hipotesis.....	78
4.6.1	Uji Statistik F	78
4.6.2	Koefisien Determinasi.....	79
4.6.3	Uji Statistik T	81
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	84

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	89
5.2	Implikasi.....	90
5.3	Saran	90

DAFTAR PUSTAKA	92
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Tabel Anggota AASI.....	2
Tabel 2.1 : Tabel Permintaan Barang X	20
Tabel 3.1 : Tabel Skor Skala Likert.....	50
Tabel 3.2 : Tabel Variabel Penelitian dan Indikator	51
Tabel 4.1 : Tabel Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	65
Tabel 4.2 : Tabel Karakteristik Responden berdasarkan usia	66
Tabel 4.3 : Tabel Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	66
Tabel 4.4 : Tabel Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan	67
Tabel 4.5 : Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	70
Tabel 4.6 : Hasil Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4.7 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
Tabel 4.8 : Hasil Uji Statistik Non Parametric Kolmogrov-Smirnov.....	75
Tabel 4.9 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	76
Tabel 4.10 : Hasil Uji F.....	79
Tabel 4.11 : Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	80
Tabel 4.12 : Hasil Uji T.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kurva Permintaan.....	21
Gambar 2.2 : Kerangka Penelitian.....	40
Gambar 4.1 : Grafik Scatterplot	72
Gambar 4.2 : Grafik Normal P-plot	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Penelitian	I
Lampiran 2 : Terjemah Ayat	III
Lampiran 3 : Kuesioner	V
Lampiran 4 : Hasil Kuesioner.....	VIII
Lampiran 5 : Output SPSS	XI
Lampiran 6 : Foto Wawancara	XVIII
Lampiran 7 : <i>Curriculum Vitae</i>	XIX

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Perkembangan asuransi syariah di Indonesia semakin berkembang, hal ini didukung oleh data dari Dewan Syariah Nasional (DSN) yang menunjukkan jumlah perusahaan yang telah mengajukan rekomendasi asuransi syariah mencapai 28 perusahaan. Jumlah itu terdiri dari 11 (sebelas) industry asuransi syariah dibidang keluarga dan sisanya dibidang kerugian (Ali, 2008:14). Dewan Asuransi Indonesia pada tahun 1999 memberikan data tentang jumlah perusahaan asuransi di Indonesia sebagai berikut : asuransi jiwa terdiri dari (a) milik Negara 4 buah (b) milik swasta nasional 37 buah (c) usaha patungan asing 21 buah; Asuransi kerugian terdiri dari : (a) milik Negara 5 buah (b) milik swasta nasional 21 buah (c) usaha patungan asing 2 buah; perusahaan reasuransi terdiri dari : (a) milik Negara 1 buah (b) milik swasta nasional 4 buah. Adapun perkembangan asuransi syariah di Indonesia baru ada pada paruh akhir tahun 1994 yaitu dengan berdirinya asuransi takaful Indonesia pada tanggal 25 agustus 1994. Pendirian asuransi takaful Indonesia diprakarsai oleh Tim Pembentuk Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI) yang dipelopori oleh ICMI melalui Yayasan Abdi Bangsa, Bank Muamalat Indonesia, Asuransi Jiwa Tugu Mandiri, Pejabat dari Departemen Keuangan, dan Pengusaha Muslim Indonesia (Ali, 2004: 76)

Ketua Umum AASI, Mohammad Shaifie Zein, menyatakan dari perkembangan aturan sampai catatan pertumbuhan asuransi syariah dikuartal III 2013, membuatnya optimis. Ia pun yakin pertumbuhan asuransi syariah masih

berada di atas konvensional. Ia menyatakan di 2014 target pertumbuhan adalah 35 persen. Sedangkan tahun ini, ia berharap bisa mencapai angka diatas tersebut (<https://takafulumum.wordpress.com>, 2014).

Menurut data dari Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia jumlah anggota yang masuk dalam AASI adalah sebagai berikut

Tabel 1.1

A. ASURANSI JIWA (LIFE)		B. ASURANSI UMUM (GENERAL)	
FULL FLEDGED		FULL FLEDGED	
NO	NAMA PERUSAHAAN	NO	NAMA PERUSAHAAN
1	PT. Asuransi Takaful Keluarga	1	PT. Asuransi Takaful Umum
2	PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin	2	PT. Asuransi Jasa Indonesia Syariah
3	PT. Asuransi Jiwa Syariah Amanah Giri Artha	3	PT. Jaya Proteksi Takaful
4	PT. Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi	4	PT. Asuransi Sonwellis Takaful
5	PT. Asuransi Syariah Keluarga Indonesia (ASYKI)		
UNIT SYARIAH		UNIT SYARIAH	
NO	NAMA PERUSAHAAN	NO	NAMA PERUSAHAAN
1	PT. Asuransi Simas Jiwa	1	PT. Asuransi Tri Pakarta
2	PT. Great Eastern Life Indonesia Unit Syariah	2	PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia Unit Syariah
3	PT. Asuransi Jiwa Bringin Sejahtera (Bringin Life)	3	PT. Biringin Insurance (BRINS)
4	AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah	4	PT. Asuransi Central Asia (ACA) Unit Syariah
5	PT. BNI Life Insurance Cabang Syariah	5	PT. Asuransi Adira Dinamika Divisi Syariah
6	PT. AJ. Sinarmas MSIG Life	6	PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967
7	PT. Panin Dai-ichi Life Unit Syariah	7	PT. Asuransi STACO Mandiri
8	PT. Avrist Assurance Departemen Syariah	8	PT. Asuransi Sinar Mas
9	PT. Asuransi Allianz Life Indonesia	9	PT. Asuransi Astra Buana
10	PT. AJ. Central Asia Raya (CAR)	10	PT. Tugu Pratama Indonesia
11	PT. PRUDENTIAL Life Assurance	11	PT. Asuransi Ramayana Tbk
12	PT. AJ. Manulife Indonesia	12	PT. Asuransi Umum Mega
13	PT. AIA Financial Unit Syariah	13	PT. Asuransi Parolamas
14	PT. Sun Life Financial Indonesia	14	PT. Asuransi Bintang Tbk
15	PT. AXA Mandiri Financial Services	15	PT. Asuransi Bangun Askrida
16	PT. AXA Financial Indonesia	16	PT. Asuransi Aseel Indonesia
17	PT. ACE Life Insurance	17	PT. ABDA Insurance Divisi Syariah
18	PT. Tokio Marine Life Insurance Indonesia	18	PT. Pan Pacific Insurance Divisi Syariah
19	PT. Finansial Wiramitra Danayaksa (FWD Life)	19	PT. Asuransi Wahana Tata Unit Syariah
		20	PT. Asuransi Mitra Mapanya
		21	PT. Jasaraharja Putera
D. REKANAN BROKER ASURANSI & REASURANSI		C. REASURANSI	
NO	NAMA PERUSAHAAN	NO	NAMA PERUSAHAAN
1	PT. Fresnel Perdana Mandiri	1	PT. Reasuransi Internasional Indonesia (REINDO)
2	PT. Asiare Binajasa Reinsurance Broker	1	PT. Reasuransi Nasional Indonesia (NASIONAL RE)
3	PT. Madani Karsa Mandiri	2	PT. Maskapai Reasuransi Indonesia Tbk
4	PT. Binasentra Puma		
5	PT. Mitra Dhana Atrnharaksha	E. PEMBIAYAAN SYARIAH	
6	PT. Brocade Broker Insurance	1	PT. Askrindo Syariah
7	PT. Liberty And General Risk Services		
8	PT. Asrinda Artha Sangga		

Sumber : data primer di olah, 2016

Salvator mengemukakan bahwa permintaan individu akan asuransi menitikberatkan untuk mengalihkan resiko yang nanti bisa mereka alami. Hal ini didasarkan karena kerugian yang besar sewaktu-waktu dapat menimpa mereka. Karena, pada dasarnya bila berbicara mengenai resiko dan ketidakpastian hal ini mengarah pada “penolak resiko”. Seseorang merupakan penolak resiko, ketika perasaan tidak senang karena kehilangan sejumlah penghasilan tertentu lebih besar daripada kesenangan mendapatkan jumlah penghasilan yang sama. Permintaan individu akan suatu komoditi adalah jumlah komoditi yang bersedia dibeli individu pada tingkat premi tertentu dengan ketentuan *ceteris paribus* (Yanti, 2013)

Kekhawatiran terhadap ketidakpastian (*uncertainty*) menimbulkan kebutuhan terhadap perlindungan asuransi. Ketidakpastian yang mengandung resiko yang dapat menjadi ancaman bagi siapapun melahirkan kebutuhan untuk mengatasi resiko kerugian yang timbul dari ketidakpastian tersebut. Resiko yang dihadapi dapat bersumber dari bencana alam, kelalaian, ketidakmampuan ataupun sebab-sebab lainnya yang tidak terduga sebelumnya (Ganie, 2013:47)

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi meliputi beberapa aspek yaitu penghasilan, promosi, iklan/sales, pekerjaan, pendidikan usia, jenis kelamin, gaya hidup, dan sebaran penduduk (Maharani, 2015). Kegiatan promosi dapat dipandang sebagai suatu bentuk komunikasi di bidang pemasaran. Suatu bentuk komunikasi bisa di anggap berhasil apabila si komunikan dalam hal ini adalah konsumen bisa memahami isi dari komunikasi tersebut. Apabila proses komunikasi dirasakan konsumen tidak menyenangkan, maka pastilah terjadi

kegagalan dalam proses komunikasi. Kegagalan komunikasi ditandai oleh kondisi di mana konsumen tidak tahu akan produk yang dipromosikan itu (Gitosudarmo, 2012: 281). Promosi yang baik akan meningkatkan permintaan terhadap suatu produk. Ketika dikaitkan dalam hal ini, permintaan terhadap asuransi akan meningkat seiring dengan baiknya strategi promosi.

Pengertian premi dalam asuransi atau pertanggungan adalah kewajiban tertanggung, di mana hasil dari kewajiban tertanggung akan digunakan oleh penanggung untuk mengganti kerugian yang diderita tertanggung. Premi biasanya ditentukan dalam suatu presentase dari jumlah pertanggungan, di mana dalam presentase menggambarkan penilaian penanggung terhadap resiko yang ditanggungnya, penilaian penanggung berbeda-beda, akan tetapi hal ini dipengaruhi oleh hukum permintaan dan penawaran (Simanjuntak, 1990: 41). Salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan suatu produk adalah harga. Dalam perusahaan asuransi premi bisa dikategorikan harga sehingga besaran premi berpengaruh terhadap permintaan asuransi

Pendapatan Rumah Tangga adalah pendapatan / penghasilan yang diterima oleh rumah tangga bersangkutan baik yang berasal dari pendapatan kepala rumah tangga maupun pendapatan anggota-anggota rumah tangga. Pendapatan rumah tangga dapat berasal dari balas jasa faktor produksi tenaga kerja / pekerja (upah dan gaji, keuntungan / untung, bonus, dan lain lain), balas jasa kapital (bunga, bagi hasil, dan lain lain), dan pendapatan yang berasal dari pemberian pihak lain (<http://www.mediabpr.com>) Pendapatan yang cenderung tinggi akan mendorong seseorang untuk berasuransi. Pada dasarnya seseorang

yang memiliki pendapatan yang besar mampu untuk membiayai pengeluaran selain untuk kebutuhan primer

Pendidikan menurut George F. Kneller dibagi dalam tiga cakupan yaitu luas, teknis dan hasil. Arti luas pendidikan adalah menunjuk pada suatu tindakan atau pengalaman yang mempunyai pengaruh yang berhubungan dengan pertumbuhan atau perkembangan pikiran (*mind*), watak (*character*), dan kemampuan fisik (*physical ability*) individu. Arti teknis pendidikan adalah proses dimana masyarakat, melalui lembaga-lembaga pendidikan (sekolah, perguruan tinggi, atau lembaga-lembaga lain), dengan sengaja mentransformasikan warisan budayanya, nilai-nilai dan keterampilan-keterampilan dari generasi ke generasi. Sedang arti hasil pendidikan adalah apa yang boleh kita peroleh melalui belajar (Rohman, 2013: 8). Seseorang yang berpendidikan tinggi akan cenderung meningkatkan kesadarannya pada kesehatan serta konsekuensinya. Orang yang berpendidikan tinggi memiliki pola pikir dan persepsi yang lebih baik dibandingkan yang berpendidikan rendah. Orang yang berpendidikan tinggi sadar bahwa hidup itu penuh dengan ketidakpastian, sehingga seseorang yang berpendidikan tinggi cenderung memiliki asuransi (Maharani, 2015). Dengan pendidikan yang dimiliki seseorang, membawa individu untuk menggunakan jasa asuransi cukup berpeluang besar. Sebab mereka mengetahui tentang pengalihan resiko yang bisa ia alihkan ke pihak asuransi.

Asuransi dalam terminologi hukum termasuk perjanjian. Oleh karena itu, perjanjian itu sendiri perlu dikaji sebagai acuan menuju pada pengertian perjanjian asuransi. Menurut UU no 22 tahun 1992 tentang usaha perasuransian,

asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikat diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin ada diderita tertanggung yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal hidupnya seseorang yang dipertanggungkan (Sudarsono, 2004: 112)

Asuransi secara umum adalah perjanjian antara tertanggung atau nasabah dengan pihak penanggung atau perusahaan asuransi. Perjanjian tersebut mengenai kesediaan penanggung dalam hal ini perusahaan asuransi, untuk menanggung sejumlah kerugian yang mungkin terjadi pada masa yang akan datang setelah tertanggung menyepakati pembayaran uang yang disebut premi. Dengan adanya asuransi seseorang bisa lebih tenang dalam menjalankan aktifitasnya tidak terlalu memikirkan resiko yang akan menimpanya pada masa yang akan datang karena segala resiko kerugian akan ditanggung oleh perusahaan asuransi.

Salah satu perusahaan asuransi yang ada di Indonesia adalah perusahaan asuransi Takaful. Asuransi Takaful merupakan pelopor perusahaan asuransi murni syariah, sekaligus salah satu perusahaan terdepan di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1994. Asuransi Takaful menyediakan jasa asuransi dan perencanaan keuangan sesuai dengan prinsip syariah untuk memenuhi kebutuhan umat dan masyarakat di Indonesia (<http://asuransitakaful.net>)

Dari sisi finansial, kinerja Perusahaan di tahun 2014 dapat dikatakan cukup memuaskan meskipun melemahnya perekonomian Indonesia turut berdampak langsung pada pencapaian pendapatan. Hal tersebut dapat digambarkan dari pencapaian Kontribusi dana gabungan yang mengalami penurunan 4,2% menjadi sebesar Rp382,72 miliar dibanding tahun sebelumnya Rp399,50 miliar yang terdiri dari kontribusi bruto dana *Tabarru'* yang mengalami penurunan 11,71% menjadi sebesar Rp199,57 miliar dari Rp226,03 miliar. Dana talangan dengan penurunan 0,95% menjadi sebesar Rp99,64 miliar dari Rp100,60 miliar. Penurunan ini berdampak pada penurunan pendapatan Usaha sebesar 4,07% dan dibukukan pada angka Rp125,11 miliar, lebih rendah dari pencapaian tahun sebelumnya sebesar Rp130,42 miliar. Namun demikian, dengan menerapkan pengelolaan biaya yang efektif maka pencapaian Laba Bersih meningkat dari Rp15,56 miliar menjadi Rp16,85 miliar. Dan seiring dengan peningkatan Laba Bersih tersebut, aset Perusahaan tumbuh dari Rp952,52 miliar di tahun 2013 menjadi Rp1,04 triliun di tahun 2014. Sedangkan dari sisi pencapaian tingkat solvabilitas, rasio RBC per 31 Desember 2014 adalah sebesar 105,71% di mana angka tersebut jauh diatas ambang batas minimum yang ditetapkan dalam Peraturan Menteri Keuangan sebesar 30% (<http://www.takaful.co.id/laporan-tahunan>).

Penelitian yang membahas mengenai asuransi mengenai berbagai tema baik itu berkaitan dengan kinerja keuangan atau manajemen sudah terbilang banyak. Salah satu penelitian yang kami ketahui adalah penelitian yang dilakukan oleh Ashidiqi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

Permintaan Asuransi Pada PT Prudential *Life Assurance* Kantor Cabang Taman Siswa (Studi Kasus Pada Prulink Syariah *Assurance Account*) diketahui variabel-variabel yang di uji yaitu pendapatan, besarnya premi dan religiusitas.

Di sini peneliti akan mencoba meneliti faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi dilihat dari sudut pandang yang berbeda yaitu peneliti akan menampilkan faktor tingkat pendidikan serta promosi yang belum pernah diteliti sebelumnya di perusahaan asuransi takaful. Di samping itu promosi yang ada pada perusahaan asuransi Takaful hanya terbatas pada personal selling sehingga peneliti berniat meneliti hal tersebut. maka dari itu berdasarkan dengan data-data di atas penulis berusaha mengetahui tentang apa saja faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan asuransi sehingga penulis mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH PROMOSI, PREMI, PENDAPATAN NASABAH DAN TINGKAT PENDIDIKAN NASABAH TERHADAP PERMINTAAN ASURANSI PADA PT TAKAFUL”**

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful?
2. Bagaimana pengaruh besarnya premi asuransi terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful?
3. Bagaimana pengaruh pendapatan nasabah terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful?

4. Bagaimana pengaruh tingkat pendidikan nasabah terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful?

1.3. Tujuan penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi. Sedangkan secara rinci tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful
2. Untuk menganalisis pengaruh besarnya premi asuransi terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful
3. Untuk menganalisis pengaruh pendapatan nasabah terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful
4. Untuk menganalisis pengaruh tingkat pendidikan nasabah terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful.

1.4. Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan pengetahuan tentang asuransi khususnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi.

2. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan asuransi takaful, hasil penelitian yang dilaksanakan diharapkan dapat dipakai sebagai pendorong bagi perusahaan untuk bisa meningkatkan permintaan asuransi serta diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan asuransi khususnya faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi

1.5. Sistematika pembahasan

Agar dalam penyusunan skripsi ini lebih sistematis dan terfokus dalam satu pemikiran maka penulis menyajikan sistematika pembahasan yang bertujuan untuk menggambarkan alur pemikiran penulis dari awal hingga akhir. Adapun sistematika pembahasan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bab I

Pada bab ini berisi pendahuluan yang mengantarkan skripsi ini secara keseluruhan. Pada bab ini menjelaskan latar belakang masalah, pokok masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika pembahasan.

2. Bab II

Pada bab ini berisi tentang tinjauan pustaka dan hipotesis yang menguraikan tentang telaah pustaka, landasan teori yang menunjang penelitian ini, yaitu teori tentang permintaan, permintaan asuransi, faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi (promosi, premi,

pendapatan nasabah dan tingkat pendidikan nasabah), kerangka teoritik dan hipotesis.

3. Bab III

Pada bab ini berisi tentang jenis dan sifat penelitian, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, serta teknik yang digunakan untuk analisis data.

4. Bab IV

Pada bab ini berisi tentang analisis data serta pembahasannya yang menguraikan tentang deskripsi terdiri dari penyebaran kuosioner karakteristik responden dan freksunsi pendapatan, premi asuransi, tingkat pendidikan dan promosi. Selain itu juga berisi metode penelitian yang terdiri dari pengujian pertama yaitu uji validitas dan realibilitas kuesioner, uji f, uji t, uji koefisien determinasi, uji regresi, dan uji hipotesis.

5. Bab V

Pada bab ini berisi penutup yang menguraikan kesimpulan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Telaah pustaka

Untuk mendukung penyusunan skripsi ini, maka peneliti berusaha melakukan peninjauan terhadap pustaka yang ada, berupa karya-karya terdahulu yang mempunyai relevansi terhadap topik yang akan kami teliti. Sejauh pengamatan peneliti, penelitian yang membahas mengenai asuransi khususnya penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi memang sudah ada akan tetapi objek penelitian yang peneliti pilih belum ada yang meneliti.

Penelitian yang dilakukan oleh Donal Renaldo Pasaribu dalam skripsinya yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Asuransi di Kotamadya Medan (studi kasus AJB Bumi Putra 1912 Rayon Medan)” diketahui bahwa dua variabel bebas yang diestimasi ke dalam persamaan mempunyai pengaruh yang signifikan dalam hal ini adalah variabel pendapatan dan pendidikan. Masing-masing variabel independen (pendidikan dan pendapatan) berpengaruh terhadap jumlah permintaan polis asuransi. Hal ini dapat dilihat dari nilai F yaitu F hitung sebesar 622,58 dan nilai F table sebesar 5,48 maka dapat di peroleh F hitung $>$ F table pada α 1% yang berarti bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependent pada tingkat kepercayaan 99%

Selanjutnya dari analisis yang dilakukan oleh Lia Permata Sari dalam skripsinya dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Terhadap Asuransi Kerugian Pada PT. Jasa raharja Putera Cabang Medan” diketahui variabel pendapatan dan pendidikan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan asuransi. Ini artinya semakin tinggi pendapatan dan tingkat pendidikan maka masyarakat mau menyisihkan pendapatan untuk membayar premi asuransi serta mengetahui betapa pentingnya manfaat untuk mengikuti dan masuk menjadi pemegang polis asuransi. Ukuran goodness of fit (R^2) sebesar 0,84 atau $R^2 = 84\%$. Hal ini menggambarkan bahwa variabel-variabel bebas yaitu variabel tingkat pendapatan (X_1), variabel tingkat pendidikan (X_2), variabel tingkat usia (X_3) secara bersamaan memberikan pengaruhnya terhadap variabel terikat yaitu permintaan asuransi kerugian (Y) sebesar 84% sedangkan sisanya 16% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam estimasi model atau disebabkan oleh *disturbance error*. Sedangkan tingkat usia mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan polis asuransi kerugian. Peningkatan usia nasabah merupakan penambahan kemungkinan terjadinya resiko dan ini mejadi faktor yang dipertimbangkan perusahaan asuransi sebelum menjadikan seseorang menjadi pemegang polis.

Dari penelitian yang dilakukan oleh M. Fida Fariz Ashidiqi dalam skripsinya dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Asuransi Pada PT Prudential *Life Assurance* Kantor Cabang Taman Siswa (Studi Kasus Pada *Prulink Syariah Assurance Account*)”

diketahui variabel-variabel yang diuji yaitu pendapatan, besarnya premi dan religiusitas. Variabel pendapatan (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi. Nilai koefisien variabel pendapatan (X_1) sebesar 0,266 artinya dengan kenaikan variabel pendapatan sebesar 1% akan mengakibatkan kenaikan asuransi pertanggungan sebesar 0,266% dengan asumsi variabel lainnya konstan. Sedangkan variabel premi asuransi berpengaruh positif signifikan dengan nilai koefisien sebesar 0,256. Variabel religiusitas berpengaruh positif signifikan dengan nilai koefisien 0,269

Penelitian yang dilakukan oleh Rachellika Dwi dan Mariana Ing Malelak dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Faktor Sosio Demografi, Motif Menabung, dan *Financial Literacy* Terhadap Permintaan Asuransi Jiwa” menghasilkan bahwa tingkat pendidikan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan asuransi jiwa. Koefisien pengaruh pendidikan terhadap permintaan asuransi jiwa sebesar 0,070 dengan t-statistic sebesar $0,939 < 1,96$. Status pernikahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan asuransi jiwa. Koefisien pengaruh status pernikahan terhadap permintaan asuransi jiwa sebesar 0,103 dengan t-statistic sebesar $1,158 < 1,96$. Jumlah tanggungan memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap permintaan asuransi jiwa. Koefisien pengaruh jumlah tanggungan terhadap permintaan asuransi jiwa sebesar 0,267 dengan t-statistic sebesar $2,238 > 1,96$. Pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap permintaan asuransi jiwa. Koefisien pengaruh pendapatan terhadap permintaan asuransi jiwa sebesar 0,466 dengan t-statistic sebesar $5,148 > 1,96$.

dengan demikian hipotesis 4 diterima. Motif Menabung memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap permintaan asuransi jiwa. Koefisien pengaruh motif menabung terhadap permintaan asuransi jiwa sebesar 0,302 dengan t-statistic sebesar $4,586 > 1,96$. *Financial literacy* memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap permintaan asuransi jiwa. Koefisien pengaruh *financial literacy* terhadap permintaan asuransi jiwa sebesar 0,151 dengan t-statistic sebesar $2,030 > 1,96$.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Putu Veyna Maharani dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Di Kota Singaraja Memiliki Program Asuransi Unitlink” diketahui beberapa variabel yang menjadi faktor permintaan asuransi yaitu faktor penghasilan dengan nilai varians 17,47%, lamanya promosi nilai varian sebesar 17,144%, pekerjaan, faktor pekerjaan dengan nilai varian sebesar 14,17%, faktor pendidikan dengan nilai varian 12,859%, faktor usia dengan nilai varian 11,665%, faktor jenis kelamin dengan nilai varian 10,227%, faktor gaya hidup dengan nilai varian 8,370%, dan faktor sebaran penduduk dengan nilai varian 8,647%; dan Faktor yang dominan mempengaruhi masyarakat kota Singaraja memiliki program Asuransi Unitlink adalah faktor penghasilan dengan nilai varimax rotation 17,475%

Meskipun penelitian mengenai permintaan asuransi sudah ada yang meneliti seperti yang diuraikan di atas, akan tetapi sisi berbeda dari penelitian yang peneliti lakukan adalah menyajikan pengaruh internal perusahaan yaitu promosi serta objek penelitian yaitu PT Takaful yang belum ada yang meneliti

tentang faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi pada PT tersebut. Di samping itu kebanyakan penelitian tentang permintaan asuransi adalah berkaitan dengan asuransi konvensional. Maka dari itu menurut peneliti penelitian ini layak untuk dilakukan.

2.2 Landasan teori

2.2.1 Pengaruh

Pengaruh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Dari pengertian di atas telah dikemukakan sebelumnya bahwa pengaruh adalah merupakan sesuatu daya yang dapat membentuk atau mengubah sesuatu yang lain.

Pengaruh adalah suatu keadaan ada hubungan timbal balik, atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi. Dua hal ini adalah yang akan dihubungkan dan dicari apa ada hal yang menghubungkannya. Di sisi lain pengaruh adalah berupa daya yang bisa memicu sesuatu, menjadikan sesuatu berubah. Maka jika salah satu yang disebut pengaruh tersebut berubah, maka akan ada akibat yang ditimbulkannya

2.2.2 Permintaan

2.2.2.1 Pengertian permintaan

Pengertian permintaan adalah berbagai jumlah (kuantitas) suatu barang di mana konsumen bersedia membayar pada berbagai alternatif harga barang (Soeharno, 2007: 13). Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang atau jasa pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Di mana menggambarkan hubungan antara berbagai tingkat harga yang memungkinkan selama periode tertentu dan faktor lain dianggap tetap (Yanti, 2013).

2.2.2.2 Fungsi permintaan

Permintaan adalah berbagai jumlah barang dan jasa yang diminta pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu. Berdasarkan definisi ini kiranya dapat dimengerti bahwa kata permintaan di sini berbeda dengan kata permintaan yang sering kita gunakan sehari-hari. Dalam definisi di atas menunjukkan jumlah barang dan jasa yang diminta pada berbagai tingkat harga , artinya dalam berbagai tingkat harga terdapat sejumlah barang yang diminta, sehingga korelasi antara tingkat harga dan jumlah barang yang diminta ini dapat disajikan dalam kurva permintaan, yaitu kurva yang menunjukkan tempat titik-titik yang menggambarkan maksimum pembelian pada harga tertentu dengan anggapan *ceteris paribus* (hal-hal lain dianggap tetap).

Sebenarnya permintaan konsumen terhadap suatu barang tidak hanya dipengaruhi oleh harga dari barang itu sendiri, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh pendapatan konsumen, harga barang lain, selera dan lain sebagainya. Secara matematis hal itu dapat dirumuskan dalam formula sebagai berikut

$$D_x = f(P_x, Y, P_y, T, u)$$

Keterangan : D_x = Jumlah Barang yang Di Minta

P_x = Harga Barang Itu Sendiri

Y = Pendapatan Konsumen

P_y = Harga Barang Lain

T = Selera

u = Faktor-faktor lainnya

Apabila terjadi perubahan faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga, maka akan terjadi perubahan permintaan. Perubahan permintaan akan digambarkan dengan pergeseran permintaan ke atas atau ke bawah

2.2.2.3 Hukum permintaan

Pertalian antara harga dan permintaan yang berbanding terbalik (negatif) menimbulkan konsekuensi bahwa apabila harga naik maka permintaan turun dan apabila harga turun maka permintaan akan naik. Hubungan ini disebut Hukum Permintaan.

Penyebab utama berlakunya hukum permintaan ini karena terbatasnya pendapatan konsumen, hubungan terbalik antara harga dan kualitas yang diminta dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Jika harga barang naik, pendapatan konsumen yang tetap merupakan kendala bagi konsumen untuk melakukan pembelian yang lebih banyak
- b. Jika harga suatu barang naik, konsumen akan mencari barang pengganti

Berkaitan dengan berlakunya hukum permintaan ini, maka kaitan antar barang dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu barang *komplementer* (saling melengkapi) dan barang substitusi (saling mengganti). Untuk barang komplementer, bila harga A naik maka permintaan terhadap barang tersebut akan berkurang, begitu pula terhadap barang B juga akan turun, sedangkan untuk barang substitusi, kenaikan barang A akan menyebabkan penurunan terhadap permintaan barang tersebut, tetapi akan menyebabkan kenaikan terhadap permintaan barang B.

Namun demikian terdapat beberapa pengecualian sehingga hukum permintaan ini tidak berlaku, yaitu :

- a. Kasus barang giffen
- b. Kasus pengaruh harapan dinamis (*dynamic expectational effect*)

- c. Kasus barang prestise. (Joesron dan Fathorrazi, 2012:16-18)

2.2.2.4 Kurva permintaan

Kurva permintaan adalah kurva yang menggambarkan hubungan antara harga (P) dengan jumlah yang diminta (Qd).

Hubungan tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah :

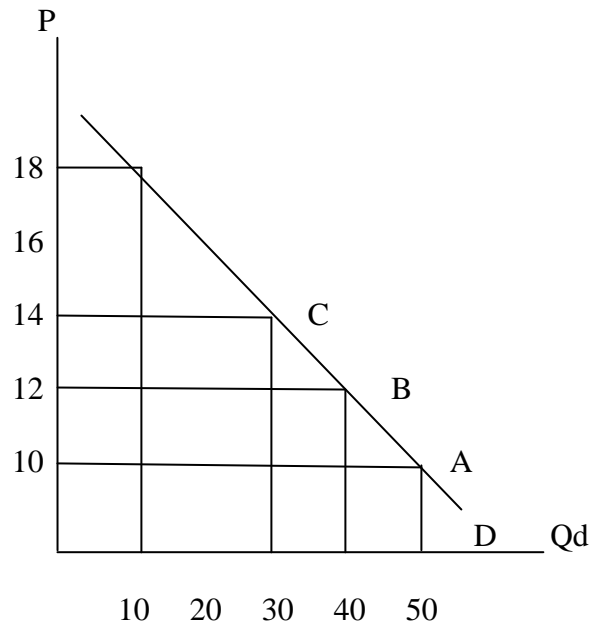
Tabel 2.1 Permintaan Barang X

P	10	12	14	16	18
Qd	50	40	30	20	10

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa kalau harga (Pq) semakin tinggi maka jumlah yang diminta (Qd) semakin rendah atau semakin sedikit. Hubungan yang demikian ini disebut hubungan yang negatif. Kalau variabel yang satu naik maka variabel yang lain turun. Di sini berlaku hukum permintaan, yaitu kalau harga suatu barang naik maka jumlah yang diminta akan turun, *ceteris paribus* (yang lain-lain tidak berubah).

Kalau tabel permintaan seperti di atas kita gambarakan sebagai grafik, diperoleh kurva permintaan, yaitu suatu kurva yang menggambarkan hubungan anantara harga dan jumlah yang diminta.

Gambar 2.1
Kurva Permintaan



Arah kurva permintaan turun ke arah kanan, yang berarti arah atau lerengnya adalah negatif, sebagai akibat adanya hubungan yang berkebalikan antara P dan Q_d . Dengan memperhatikan kurva permintaan di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian atau definisi permintaan suatu barang adalah berbagai kualitas barang di mana konsumen bersedia membayar pada berbagai alternatif harga. Jadi kalau harganya 10 maka jumlah yang diminta 50 unit, dan kalau harganya 12 maka jumlah yang diminta 40 unit, dan seterusnya. (Soeharno, 2007: 13-14).

Permintaan terhadap suatu produk dapat diketahui dengan beberapa aspek yaitu :

- a. Timbulnya kebutuhan yang bisa dipicu pikiran bawah sadar, kondisi fisik dan sumber eksternal (aktifitas pemasaran perusahaan penyedia jasa)
- b. Pencarian informasi
- c. Pengevaluasian sejumlah alternatif (Lovelock, Wirtz dan Mussry, 2010: 43)

Strategi dan taktik perusahaan yang ingin sukses harus memperhatikan pelanggannya, apa yang menjadi kebutuhan, keinginan dan harapan mereka. Kebutuhan manusia adalah sesuatu yang harus dipenuhi untuk bertahan dan mendapatkan tingkat kepuasan yang paling dasar. Keinginan dan harapan pelanggan bersifat dinamis atau berubah dari waktu ke waktu secara umum dapat dipostulasikan bahwa pelanggan yang memiliki tingkat *sofistikasi* yang tinggi akan mempunyai keinginan yang spesifik dan harapan yang sangat tinggi.

Dengan dasar pemikiran ini, audit pemasaran berdasarkan *strategic marketing plus 2000* akan melihat permintaan pelanggan berdasarkan faktor-faktor yang menyebabkan perubahan kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan. Tiga dimensi yang diukur melihat permintaan pelanggan ini adalah *enlightened*, *informationilazed*, *empowered* (Arafat, 2005 : 91).

- a. *Enlightened* yaitu pelanggan yang mempunyai pandangan kedepan, lebih rasional serta sanggup mempengaruhi

pelanggan yang lain. Salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah pendidikan pelanggan

- b. *Informationilazed* yaitu pelanggan yang mempunyai kemampuan untuk mengevaluasi pilihan pilihan yang ada. Hal ini terutama disebabkan oleh mudah dan cepatnya pelanggan mendapatkan informasi.
- c. *Empowered* yaitu kemampuan dari pelanggan untuk merealisasikan apa yang menjadi keputusannya

Dari uraian di atas dapat disimpulkan permintaan terhadap asuransi adalah jumlah (kuantitas) suatu produk asuransi dimana konsumen bersedia membayar pada berbagai alternatif harga suatu produk asuransi. Selain itu permintaan asuransi dipengaruhi juga harga barang itu sendiri, pendapatan konsumen, harga barang lain, selera serta faktor-faktor lainnya

2.2.3 Permintaan asuransi

Neumann (1957) mengemukakan, secara teori permintaan akan asuransi dapat digambarkan dalam teori utility dalam kondisi ketidakpastian. Dimana teori ini menganalisa cara bahwa dua pemain atau lebih memilih strategi yang bersama-sama saling mempengaruhi. Teori ini menyarankan bahwa dalam beberapa situasi, pola perilaku acak yang dipilih secara berhati-hati mungkin merupakan strategi yang terbaik.

Jacobs P (1997) mengemukakan bahwa dasar teori permintaan terhadap asuransi digambarkan secara sistematis dan pasti bagaimana variabel selera konsumen, tingkat kekayaan, harga asuransi, kemungkinan kejadian sakit, kehilangan karena pengeluaran pembiayaan pada saat sakit serta pemanfaatan maksimal mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli asuransi. Dimana Selera konsumen berhubungan erat dengan konsep pemanfaatan (*utilitas*) Adanya perubahan pemanfaatan yang berkaitan dengan perubahan tingkat kekayaan akan mempengaruhi fungsi selera yang ditentukan oleh pengurangan pemanfaatan marginal (*marginal utility*), tingkat kekayaan berhubungan erat dengan tingkat pemanfaatan; pendapatan yang rendah akan menurunkan permintaan terhadap asuransi, pengeluaran biaya pada waktu sakit, yang terdiri dari dua komponen yaitu :biaya satuan pelayanan kesehatan yang dimanfaatkan dan jumlah penggunaannya, kemungkinan sakit. Peluang seseorang untuk menderita sakit akan mempengaruhi tingkat kekayaannya, harga asuransi berhubungan dengan pemanfaatan, perilaku masyarakat yang menginginkan memanfaatkan haknya secara maksimal (Yanti, 2013)

Dalam Islam, konsep dasar manajemen resiko sudah dituliskan dalam Al-Qur'an sejak 14 abad yang lalu. Salah satu cerita yang sangat indah dalam Al-Qur'an adalah mengenai Yusuf a.s yang dalam satu bagianya diperkenalkan bagaimana caranya mengelola resiko. Khusus mengenai manajemen resiko dapat dilihat dalam ayat berikut :

وقال الملك انى ارى سبع بقرات سمان ياكلهن سبع عجاف وسبع سنبلات خضر
واخر يابسات يالبيها الملاء افتوني في رؤياي ان كنتم للرؤيا تعبرون (43) قالوا اضغاث
احلام ومانحن بتاويل الاحلام بعالمين(44) وقال الذي نجا منهما وادكر بعد امة انا انبءكم
بتاويله فارسلون(45) يوسف ايها الصديق افتنا في سبع بقرات سمان ياكلهن سبع عجاف
وسبع سنبلات خضر واخر يابسات لعلني ارجع الي الناس لعلهم يعلمون (46) قال تزرعون
سبع سنين دابا فما حصدتم فذروه في سنبله الا قليلا مما تاكلون (47) ثم ياتي من بعد ذلك
سبع شداد ياكلن ما قدمتم لهن الا قليلا مما تحصنون (48) ثم ياتي من بعد ذلك عام فيه يغاث
الناس وفيه يعصرون (49)

Dalam ayat tersebut dijelaskan bagaimana Nabi Yusuf menjelaskan tentang makna mimpi yang dialami oleh seorang raja pada zaman itu. Mimpi itu memberi isyarat bahwa akan terjadi zaman paceklik selama tujuh tahun maka dari itu Nabi Yusuf menyuruh sang raja beserta para rakyatnya untuk menanam gandum selama tujuh tahun. Hasil penanaman gandum tersebut digunakan untuk persediaan selama masa paceklik.

Prinsip dasar yang lain dalam manajemen resiko juga telah ditunjukkan oleh Allah pada saat dia mencatat perintah dari ayah Yusuf kepada anaknya sebelum mereka berangkat ke Mesir.

وقال يا بني لا تدخلوا من باب واحد وادخلوا من ابواب متفرقة وما اغني عنكم من
الله من شيء ام الحكم الا الله عليه توكلت و عليه فليتوكل المتوكلين (67)

Sangat jelas bahwa sudut pandang manajemen resiko, Islam mendukung semua upaya untuk mengeliminasi atau memperkecil

resiko, sekaligus mempercayai bahwa hanya keputusan Allah-lah yang akan menentukan hasilnya (Iqbal, 2005: 17)

2.2.4 Promosi

Promosi adalah suatu bagian dari proses pemasaran atau lebih tepatnya komunikasi dalam bidang pemasaran, yang bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen sehingga konsumen mengetahui produk tersebut serta mau membeli produk tersebut. Suatu bentuk komunikasi ini bisa berhasil apabila si komunikan dalam hal ini adalah konsumen, dapat memahami komunikasi tersebut. Sehingga konsumen menjadi tahu, senang dan mau membeli produk tersebut.

Proses komunikasi yang tidak kondusif biasanya merupakan suatu proses komunikasi yang tergolong “Komunikasi Satu Arah” atau “*One Way Communication*”. Komunikasi searah ini juga sering pula dikenal dengan “*Producer Oriented Promotion*” yang di sebut POP, yakni suatu kegiatan promosi/komunikasi yang hanya menitikberatkan pada kepentingan produsen atau pemasar (komunikator) tanpa memperhatikan kepentingan konsumen (komunikan). Promosi atau komunikasi ini disebut satu arah karena dalam proses komunikasi itu hanya terjadi adanya informasi satu arah yakni beraasal dari si produsen atau pemasar saja yang bertindak sebagai komunikator (Gitosudarmo, 2012: 282)

Perusahaan asuransi harus membangun sistem pemasaran yang menjadi jalur penghubung antara perusahaan asuransi (produsen) dan

pihak bertanggung (konsumen). Di dalam sistem tersebut termasuk agen asuransi yang merupakan basis pemasaran produknya. (Darmawi, 2006:188). Model pemasaran seperti ini dalam bauran promosi alat yang digunakan untuk mempromosikan produk asuransi adalah personal selling yang merupakan kegiatan perusahaan atau agen asuransi untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumennya.

Proses penjualan personal (*selling process*) terdiri dari beberapa tahap yang harus dikuasai wiraniaga. Langkah langkah ini memfokuskan diri pada tujuan mendapatkan pelanggan baru dan mendapatkan pesanan dari mereka. Proses penjualan terdiri dari tujuh tahap; memilih dan menilai prospek, pra pendekatan, presentasi dan demonstrasi, mengatasi keberatan, penutupan dan tindak lanjut (Kotler dan Amstrong, 2006 : 200-203).

memilih prospek (*prospecting*) yaitu mengidentifikasi pelanggan potensial yang berkualitas. Pendekatan terhadap pelanggan potensial yang benar amat penting bagi keberhasilan penjualan. Seperti yang dinyatakan seorang ahli “jika tenaga penjualan mulai mengejar setiap orang yang masih bernafas dan tanpanya memiliki anggaran, Anda mengambil resiko mengumpulkan sederet pelanggan yang memerlukan pelayanan yang mahal dan sulit dipuaskan serta tidak merespon proposisi nilai apapun yang Anda tawarkan.

Sebelum mengunjungi calon pelanggan, wiraniaga harus belajar sebanyak mungkin tentang organisasi (apa yang diperlukan, siapa yang terlibat dalam pembelian) dan pembelinya (karakteristik dan gaya pembelian mereka), langkah ini disebut prapendekatan (*preapproach*). Selanjutnya selama masa pendekatan (*approach*) wiraniaga harus mengetahui cara bertemu dan memberi salam kepada pembeli dan memulai hubungan dengan baik. Langkah ini memerlukan penampilan yang wiraniaga yang baik, kalimat pembuka dan catatan untuk tindak lanjut.

Selama langkah presentasi (*presentation*) dalam proses penjualan, wiraniaga menceritakan “kisah” produk kepada pembeli, menyajikan manfaat produk bagi pelanggan dan memperlihatkan bagaimana produk itu menyelesaikan masalah pelanggan. Wiraniaga pencari solusi lebih sesuai dengan konsep pemasaran saat ini dari pada wiraniaga atau wiraniaga yang murah senyum. Saat ini pembeli menginginkan solusi bukan senyum: hasil, bukan omong kosong.

Pelanggan hampir selalu mengajukan keberatan selama presentasi atau ketika diminta menempatkan pesanan. Masalahnya bisa berupa masalah logis atau psikologis dan keberatan jarang diucapkan. Dalam mengatasi keberatan (*handling objection*) wiraniaga harus menggunakan pendekatan positif, mencari keberatan tersembunyi, meminta pembeli mengklarifikasi semua keberatan, menganggap

keberatan sebagai kesempatan untuk menyediakan lebih banyak informasi dan mengubah keberatan menjadi alasan membeli

Setelah mengatasi keberatan calon pelanggan, kemudian wiraniaga berusaha menutup penjualan. Beberapa wiraniaga tidak bisa menutup (*closing*) atau tidak menanganinya dengan baik. Mereka mungkin kurang yakin, merasa bersalah karena meminta meminta pesanan atau gagal mengenali saat yang tepat menutup penjualan. Wiraniaga harus tau cara mengenali tanda penutupan dari pembeli termasuk gerakan fisik, komentar dan pertanyaan. Contohnya posisi duduk pelanggan mungkin condong kedepan dan mengangguk setuju atau bertanya tentang harga dan persyaratan kredit.

Langkah terakhir dalam proses penjualan adalah tindak lanjut (*follow up*) penting jika wiraniaga ingin memastikan kepuasan pelanggan dan mengulangi bisnis. Tepat setelah menutup penjualan, wiraniaga harus melengkapi berbagai detail tentang waktu pengiriman, persyaratan pembelian dan masalah lain. Wiraniaga kemudian harus menjadwalkan kunjungan tindak lanjut ketika pesanan awal diterima, untuk memastikan adanya instalasi, instruksi, dan pelayanan yang benar. Kunjungan ini akan mengungkapkan banyak masalah, memastikan minat pembeli dari wiraniaga tersebut dan mengurangi kekhawatiran pembeli yang timbul sejak penjualan.

Promosi diukur dengan, koordinasi yang dilakukan promotor saat melakukan presentasi bisa diterima oleh nasabah serta pesan yang

disampaikan promotor bisa merangsang nasabah untuk membeli asuransi, selain itu sejauh mana nasabah memahami isi promosi tersebut. Kemampuan keramahan dan kecepatan menangani keluhan pelanggan,. Kemampuan komunikasi saat closing serta kejelasannya, tingkat kemenarikan insentif khusus saat closing (Kotler dan Amstrong, 2006 : 200)

Pemasar, penjual, atau agen tidak identik dengan pemasaran, karena istilah pemasaran lebih luas dari itu. Pemasaran meliputi segmentasi, targeting dan positioning; lalu product, price, place, promotion (4P), yang oleh Kotler disebut *marketing mix, differentiation*, dan *selling*. Sebagian pakar memisahkan *brand, service dan process* sebagai bagian penting dari pemasaran. Dengan demikian dalil-dalil tentang pemasaran dengan seluruh lingkup atau elemen-elemen pemasaran yang ada di dalamnya dapat kita temukan dalam dalil-dalil syar'i tentang wakalah, simsar, atau perwakilan (Sula, 2004: 426)

Wakalah atau *wikalah* berarti penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat. Wakalah dapat juga didefinisikan sebagai penyerahan diri seseorang (pihak pertama/perwakilan), apa yang boleh dilakukannya sendiri, dapat diwakilkan kepada yang lain (pihak kedua), untuk melakukannya, semasa ia (pihak pertama) masih hidup. Pembahasan wakalah dalam bab ini adalah pelimpahan wewenang dari

seseorang kepada orang lain dalam mengurus tetang pemasaran dalam suatu perusahaan yang meliputi sebagai berikut (Sula, 2004: 428)

- a. Strategi pemasaran (*segmentation, targeting, dan positioning*)
- b. Taktik pemasaran (*differentiation, marketing mix dan selling*)
- c. Peningkatan value (*brand, service, dan process*)

Islam menyariatkan wakalah (perwakilan/pemasaran) karena manusia membutuhkannya. Tidak semua orang mempunyai kemampuan atau kesempatan untuk menyelesaikan segala urusannya sendiri. Pada satu kesempatan seseorang perlu mendelegasikan suatu pekerjaan kepada orang lain untuk mewakili dirinya. Apalagi pekerjaan seperti pemasaran yang memang memerlukan keterampilan khusus dalam menjalankannya. Dalil dalil syar'i tentang wakalah antara lain adalah surat Al-Kahfi ayat 19 dan surat al-Baqarah ayat 283.

وكذلك بعثناهم ليتسالوا بينهم قال قائل منهم كم لبثتم قالوا لبثنا يوما او بعض يوم
قالوا ربكم اعلم بما لبثتم فابعثوا احدكم بورقكم هذه الى المدينة فلينظر ايها ازكى طعاما
فلياتكم برزق منه وليتلطف ولايشعروا بكم احدا (19)

Di dalam ayat tersebut diceritakan tentang bentuk pendelegasian yang dilakukan oleh As-Habul Kahfi kepada orang lain untuk membawa sebagian harta yang nantinya akan digunakan untuk membeli makanan. Maka dari itu sudah jelas bahwa memasrahkan

sesuatu kepada orang lain adalah suatu hal yang ada pada zaman dulu dan diperbolehkan dalam Al-Qur'an.

..فان امن بعضكم بعضا فليؤد الذى اؤتمن امانته وليتق الله ربه... (283).

.Meskipun kita diperbolehkan menerima mandat dari orang lain kita tidak boleh seenaknya terhadap apa yang telah dimandatkan kepada kita. Seperti ayat di atas yang menjelaskan bahwa kita harus memegang teguh terhadap amanat yang telah kita pegang serta kita harus selalu bertaqwa kepada Allah SWT supaya kuat dan tegar dalam mengemban amanat.

2.2.5 Premi

Premi merupakan pembayaran sejumlah uang yang dilakukan pihak tertanggung kepada penanggung untuk mengganti suatu kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan akibat timbulnya perjanjian atas pemindahan resiko dari tertanggung kepada penanggung (*transfer of risk*) (Amrin, 2006: 108).

Abd Ghofar, (2012) menyatakan Mekanisme Pengelohan dana peserta (premi) dibagi menjadi dua sistem:

a. Premi Dengan Unsur Tabungan

Rekening tabungan, yaitu kumpulan dana yang merupakan milik peserta dan dibayarkan bila terjadi hal- hal berikut : (1) Perjanjian

berakhir, (2) Peserta mengundurkan diri, dan (3) Peserta meninggal dunia.

Rekening khusus, yaitu kumpulan dana yang diniatkan oleh peserta sebagai derma untuk tujuan membantu dan dibayarkan apabila terjadi hal-hal berikut: (1) peserta meninggal dunia, dan (2) perjanjian berakhir, jika ada kelebihan (*surplus*) dana.

b. Premi Tanpa Unsur Tabungan

Setiap Premi yang dibayarkan oleh peserta setelah dikurangi biaya pengelolaan dimasukkan dalam Rekening Khusus (Kumpulan dana). Kumpulan dana peserta diinvestasikan sesuai dengan prinsip syariah. Hasil investasi dimasukan dalam kumpulan dana peserta, kemudian dikurangi dengan beban asuransi (klaim dan premi reasuransi).

Hal tersebut sesuai dengan penjelasan Bapak Irfan selaku pimpinan perusahaan asuransi Takaful Cabang Gedong Kuning, akan tetapi dengan bahasa yang berbeda. Beliau menjelaskan mekanisme pembagian premi dibagi menjadi dua yaitu premi saving dan non saving meskipun demikian keduanya sama dalam segi penjelasan.

Unsur premi pada asuransi syariah terdiri dari unsur *tabarru'* dan tabungan (untuk asuransi jiwa), dan unsure *tabarru'* saja (untuk asuransi kerugian dan *term insurance* pada *life*). Unsur *tabarru'* pada jiwa, perhitungannya diambil dari tabel mortalitas (harapan hidup) yang besarnya tergantung usia dan masa perjanjian. Semakin tinggi

usia dan semakin panjang masa perjanjian, maka semakin besar pula nilai tabarru'nya. Beberapa pakar menyebut premi dengan istilah kontribusi (*contribution*) atau dalam bahasa fiqh disebut *al-Musahamah*. Konsep kerja sama mutual dengan akad musahamah

Premi (kontribusi) pada asuransi syariah disebut juga *net premium* karena hanya terdiri dari mortalitas (harapan hidup) dan di dalamnya tidak terdapat unsur *loading* (komisi agen, biaya administrasi dan lain lain). Juga tidak mengandung unsur bunga sebagaimana pada asuransi konvensional. Di sini salah satu keunggulan asuransi syariah, karena tidak mengandung unsur bunga yaitu bunga teknik atau bunga aktuarial yang telah ditentukan di awal pembuatan produk, misalnya 9 persen sehingga tidak akan terjadi salah kalkulasi karena bunga SBI, bunga deposito atau bunga kredit turun yang bisa mengakibatkan perusahaan asuransi merugi karena selisih antara bunga teknik dan bunga di market sangat tipis dan tidak cukup untuk menutupi biaya-biaya operasional (Sula, 2004: 311).

Assidiqi (2011) menyatakan bahwa premi asuransi merupakan imbalan jasa akan jaminan jasa yang diberikan oleh penanggung kepada tertanggung untuk mengganti kerugian yang mungkin diderita oleh tertanggung (pada asuransi kerugian) serta merupakan imbalan jasa atas jaminan jasa yang diberikan oleh penanggung kepada tertanggung dengan menyediakan sejumlah uang (*benefit*) atas resiko yang diterima.

Pendapatan perusahaan asuransi dari premi haruslah cukup untuk menutupi kerugian-kerugian dan biaya-biaya. Untuk memperoleh pendapatan dari premi ini perusahaan asuransi harus meramalkan tuntutan pembayaran kerugian (klaim) dan mendistribusikan biaya-biaya yang telah diantisipasi tersebut kepada berbagai kelas pemegang polis (*policy holder*). Premi akhir (*final premium*) yang dibayar oleh tertanggung disebut *gross premium* atau premi kotor dan didasarkan atas nilai kotor (*gross rate*). *Gross rate* terdiri dari dua bagian, yang pertama dirancang untuk menyediakan pembayaran terhadap kerugian dan yang kedua disebut muatan (*loading*) untuk menutupi biaya-biaya operasional perusahaan. (Darmawi, 2006: 38).

Menetapkan harga asuransi disebut *ratemaking*, yaitu menghitung kontribusi setiap pemegang polis. Harga yang harus dibayar seseorang untuk asuransinya disebut premi. Penetapan tarif ilmiah tunduk kepada sejumlah prinsip-prinsip dasar yaitu (Ali, 2002: 248)

- a. Tarif itu hendaknya memadai
- b. Tarif itu jangan diskriminatif
- c. Tarif jangan berlebih-lebihan
- d. Tarif secara ekonomis haruslah layak atau feasible
- e. Tarif itu hendaklah merangsang usaha pencegahan kerugian

Premi asuransi diukur dengan besarnya premi yang dibayarkan selama menjadi anggota, jangka tempo pembayaran serta kemudahan yang diberikan perusahaan kepada nasabah dalam hal pembayaran.

2.2.6 Pendapatan nasabah

Pengertian pendapatan dan penerimaan menurut Biro Pusat Statistik dibedakan dalam Pendapatan faktor yang didistribusikan dan transfer yang bersifat redistributif. Pendapatan faktor golongan pertama dapat dibagi lagi menurut sumbernya menjadi, (1) penghasilan sebagai gaji dan upah, (2) penghasilan dari usaha sendiri dan pekerjaan bebas, (3) penghasilan dari pemilikan harta. Golongan kedua *transfer redistributif*, terutama terdiri atas transfer pendapatan yang tidak bersifat mengikat dan biasanya bukan merupakan imbalan atas penyerahan barang atau jasa atau harta milik. Pendapatan berupa uang adalah segala penghasilan berupa uang yang sifatnya regular dan yang diterima biasanya sebagai balas jasa atau kontra prestasi. Sumber-sumber yang utama adalah gaji dan upah serta lain-lain balas jasa yang serupa dari majikan. Pendapatan berupa barang adalah segala penghasilan yang sifatnya regular dan biasa akan tetapi tidak berbentuk balas jasa dan diterimakan dalam bentuk barang atau jasa. Barang-barang dan jasa-jasa yang diperoleh dinilai dengan harga pasar sekalipun tidak diimbangi atau disertai transaksi uang oleh yang menikmati barang dan jasa tersebut (Sumardi dan Evers, 1982: 92).

Faktor penghasilan, nasabah asuransi jiwa yang memiliki pekerjaan mapan atau penghasilan besar (misal: 10 juta-25 juta/bulan) tentunya lebih mampu untuk membayar premi dalam jumlah yang lebih besar (untuk mendapatkan tanggungan lebih banyak tentunya) dibandingkan dengan yang berpenghasilan < 5 juta/bulan. Berdasarkan teori Ganie (2013), pendapatan (penghasilan) dan kekayaan dapat mempengaruhi permintaan terhadap asuransi karena empat alasan, antara lain (Ganie, 2013: 48):

- a. semakin besar kekayaan atau penghasilan berarti semakin banyak harta benda yang dapat rusak atau hilang sehingga pada umumnya meningkatkan jumlah asuransi yang dibeli
- b. Sejumlah orang tidak mampu membeli asuransi dalam jumlah yang besar karena tekanan kebutuhan hidup yang lebih penting yang mengakibatkan orang-orang miskin menanggung resiko yang lebih banyak.
- c. tanggung jawab hukum yang terbatas seringkali membuat orang membeli asuransi tanggung jawab hukum yang lebih kecil.
- d. tingkat keengganan terhadap resiko menurun seiring dengan kenaikan kekayaan pada seseorang sehingga cenderung lebih mudah mengeluarkan uang untuk memiliki asuransi.

Pendapatan seseorang merupakan faktor yang sangat penting di dalam menentukan corak permintaan atas berbagai macam barang, berdasarkan pada sifat perubahan permintaan yang berlaku. Apabila

pendapatan berubah maka jenis barang dapat dibedakan sebagai berikut: (Suparmoko, 2013: 35)

a. barang inferior.

Barang yang banyak diminta oleh orang-orang yang berpendapatan rendah. Apabila pendapatan bertambah maka permintaan akan barang-barang inferior akan digantikan oleh barang-barang yang lebih baik mutunya.

b. Barang esensial

Barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan sehari-hari yang biasanya terdiri dari kebutuhan pokok masyarakat seperti makanan dan pakaian.

c. Barang normal.

Yaitu barang di mana permintaan atas barang akibat kenaikan pendapatan yang disebabkan oleh 2 faktor:

- 1) Pertambahan pendapatan menambah kemampuan untuk membeli lebih banyak barang
- 2) Pertambahan pendapatan memungkinkan seseorang menukar konsumsi mereka dari barang yang kurang baik mutunya ke barang yang lebih baik mutunya.

Pendapatan nasabah di ukur dengan penghasilan yang dimiliki nasabah yang digolongkan dari penghasilan nasabah di bawah 2 juta sampai penghasilan nasabah di atas 10 juta. Penghasilan tersebut memasukan gaji pokok dan di luar gaji pokok.

2.2.7 Tingkat pendidikan nasabah

Pendidikan adalah aktivitas dan usaha manusia untuk meningkatkan kepribadiannya dengan jalan membina potensi-potensi pribadinya yaitu rohani (piker, karsa, rasa, cipta dan budi nurani). Pendidikan juga berarti lembaga yang bertanggung jawab menetapkan cita-cita (tujuan) pendidikan, isi, sistem dan organisasi pendidikan. Lembaga-lembaga ini meliputi keluarga, sekolah dan masyarakat (Ikhsan, 2010: 7). Sedangkan jenjang pendidikan adalah tahap pendidikan yang berkelanjutan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tingkat kerumitan bahan pengajaran dan cara menyajikan bahan pengajaran. Jenjang pendidikan sekolah terdiri dari pendidikan dasar, pendidikan menengah dan pendidikan tinggi (Ikhsan, 2010: 22)

Tingkat pendidikan seseorang juga akan mempengaruhi nilai-nilai yang dianutnya, cara berpikir, cara pandang, bahkan persepsinya terhadap suatu masalah. Konsumen yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih baik akan sangat *responsive* terhadap informasi, pendidikan juga mempengaruhi konsumen dalam pilihan produk maupun merek. Pendidikan yang berbeda akan menyebabkan selera konsumen juga berbeda.

Dari sisi pemasaran, semua konsumen dengan tingkat pendidikan yang berbeda adalah konsumen yang potensial bagi semua produk dan jasa. Selain itu pendidikan juga akan menentukan jenis

pekerjaan yang dilakukan konsumen. Beberapa profesi seperti dokter, pengacara, akuntan, ahli lab memerlukan syarat pendidikan tertentu. Banyak juga pabrik yang menyaratkan pendidikan minimal SMP atau SMA. Sedangkan guru SMP atau SMA, ia harus lulus perguruan tinggi. Dan selanjutnya profesi atau pekerjaan akan mempengaruhi pendapatan. Pendapatan dan pendidikan tersebut kemudian akan memengaruhi proses keputusan dan pola konsumsi seseorang. (Sumarwan. 2002: 254).

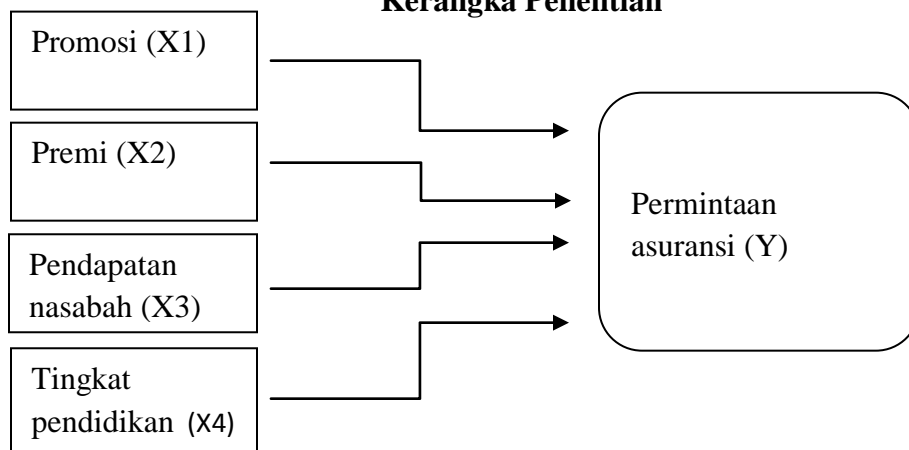
Tingkat pendidikan diukur dengan strata pendidikan yang di tempuh oleh nasabah yaitu terdiri dari jenjang pendidikan SD, SMP, SMA, dan Sarjana.

2.3 Kerangka penelitian

Pada penelitian ini peneliti menguji bagaimana pengaruh promosi, premi, pendapatan nasabah dan tingkat pendidikan nasabah terhadap permintaan asuransi. Peneliti melakukan penelitian untuk mencari bukti empiris antara empat persepsi yang mempengaruhi permintaan asuransi.

Gambar 2.2

Kerangka Penelitian



2.4 Pengembangan hipotesis

1. Pengaruh promosi terhadap permintaan asuransi

Apabila promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan berhasil tentunya tingkat permintaan terhadap suatu produk atau jasa akan meningkat. Asuransi adalah perusahaan yang menjual janji atau dengan kata produk yang dijual tidaklah terlihat sehingga perlu adanya promosi yang baik sehingga konsumen menerima produk tersebut. Maharani (2015) dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Di Kota Singaraja Memiliki Program Asuransi Unitlink” mengungkapkan Faktor promosi iklan/sales, dalam teori Ganie (2013) menyatakan faktor SDM (Sumber Daya Manusia) dibagian sales pemasaran asuransi yang belum terdidik dengan baik, jumlah tenaga pemasaran yang masih sedikit dalam memasarkan produk asuransi unitlink. Dalam marketing mix terdapat komponen yaitu *people* dan promosi untuk membantu memasarkan produk dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Jasa asuransi paling efektif menggunakan jasa sales pemasaran karena langsung bertemu dan menawarkan kepada calon nasabah. Hal ini akan memberikan rasa percaya yang lebih tinggi konsumen untuk ikut masuk dalam asuransi. Selain itu hasil penelitian yang dilakukan olehnya menyatakan bahwa faktor lama promosi iklan/sales mendapatkan nilai varian sebesar 17,144%, artinya berpengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan asuransi.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan asuransi.

2. Pengaruh premi terhadap permintaan asuransi

Menurut Sari (2008), Jumlah premi sangat tergantung pada faktor-faktor yang menyebabkan tinggi rendahnya tingkat risiko jumlah nilai pertanggung. Apabila kemungkinan terjadinya resiko sangat tinggi pihak tertanggung tentu saja akan memperhitungkan tingkat premi yang jauh lebih tinggi dari pada pertanggung yang kemungkinan terjadinya kerugian kecil. Selain itu biasanya penanggung juga memperhitungkan nilai waktu dan uang yang dibayarkan oleh pihak tertanggung. Periodisasi pembayaran premi sangat tergantung pada perjanjian yang dituangkan dalam polis asuransi. Periodisasi dapat bulanan, triwulan, semesteran, atau tahunan.

Besaran premi yang ditetapkan pada asuransi syariah akan mempengaruhi minat nasabah, apabila besarnya dapat dijangkau oleh masyarakat menengah atau bahkan menengah ke bawah, maka peminat asuransi syariah akan meningkat dari saat ini. Sangat dimungkinkan masyarakat islam yang sudah menggunakan produk asuransi konvensional dapat beralih menjadi nasabah asuransi syariah.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: besaran premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan asuransi.

3. Pengaruh pendapatan nasabah terhadap permintaan asuransi

Maharani (2015) dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Di Kota Singaraja Memiliki Program Asuransi Unitlink” mengungkapkan faktor yang paling dominan mempengaruhi masyarakat kota Singaraja memiliki program Asuransi Unitlink adalah faktor penghasilan dengan nilai varimax rotation 17,475%. Di samping itu Sari (2008) dalam Skripsinya mengungkapkan bahwa pendapatan mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap permintaan polis asuransi.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: pendapatan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan asuransi.

4. Pengaruh tingkat pendididkan nasabah terhadap permintaan asuransi

Suatu penelitian dilakukan dalam tahun 2004 terhadap 40 responden perusahaan asuransi kerugian nasional dan sekitar 400 responden pemegang polis asuransi kendaraan bermotor di Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Dari hasil penelitian terhadap sikap

tertanggung, melalui unsur-unsur pemahaman keyakinan dan kemantapan terhadap asuransi terungkap hasil sebagai berikut:

(Mulyadi, 2013:22)

- a. Kurang memahami produk asuransi tetapi tahu sedikit cara membeli asuransi.
- b. Tahu sedikit tentang perusahaan asuransi tetapi merasa kurang yakin akan kemampuan perusahaan tersebut.
- c. Kurang berminat membeli asuransi, akan tetapi apabila sudah membeli asuransi akan melakukan perpanjangan jangka waktu pertanggungan hanya jika diperlukan.

Kurangnya pengetahuan seseorang berpengaruh terhadap permintaan asuransi. seseorang yang berpendidikan tinggi akan cenderung meningkatkan kesadarannya pada kesehatan serta konsekuensinya. Orang yang berpendidikan tinggi memiliki pola pikir dan persepsi yang lebih baik dibandingkan yang berpendidikan rendah. Orang yang berpendidikan tinggi sadar bahwa hidup itu penuh dengan ketidakpastian, sehingga seseorang yang berpendidikan tinggi cenderung memiliki asuransi (Maharani, 2015)

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Tingkat pendidikan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan asuransi.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian dan sumber data

Penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah berupa penelitian lapangan (*field research*), yang objek utamanya adalah data dari nasabah yang mempunyai polis asuransi di PT Takaful. Penelitian ini dikategorikan penelitian deskriptif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk menemukan pengetahuan yang seluas-luasnya terhadap objek penelitian pada suatu masa tertentu. Menurut Sukmadinata (2013:18) penelitian deskriptif adalah penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan suatu keadaan atau fenomena-fenomena apa adanya. Dalam studi ini para peneliti tidak melakukan manipulasi atau memberikan perlakuan-perlakuan tertentu terhadap objek penelitian, semua kegiatan atau peristiwa berjalan seperti apa adanya. Penelitian ini juga digolongkan sebagai penelitian kuantitatif. Data kuantitatif yaitu informasi yang dinyatakan berupa satuan angka (*numeric*); bersifat *diskrit* (bulat/utuh) atau kontinyu (pecahan/interval) (Wijaya, 2013: 20).

Sumber data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data ini dapat berupa opini subyek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian. (Ikhsan, 2008:47)

3.2 Populasi dan sampel

Populasi (*population*) mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal minat yang ingin peneliti investigasi. (Sekaran, 2006:121). Apabila diaplikasikan terhadap penelitian ini maka yang menjadi populasi adalah nasabah yang ada pada perusahaan Takaful yang berjumlah sekitar 400 nasabah

Sampel (*sample*) adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain sejumlah tapi tidak semua, elemen populasi akan membentuk sampel (Sekaran, 2006:123). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *sampling incidental* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, dengan kata lain siapa saja yang secara kebetulan/*incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013: 96). Apabila diaplikasikan dalam penelitian ini sampelnya yaitu setiap nasabah asuransi Takaful yang kebetulan ditemui oleh peneliti. Untuk penentuan jumlah sampel didasarkan pada pendapat Sekaran (2011:160), yaitu jumlah sampel yang tepat untuk penelitian adalah > 30 atau < 500 . Selain itu sebagian pakar berpendapat bahwa pengambilan sampel yang dianggap memadai adalah sekitar 10% dari populasi (Soeratno & Arsyad, 1993: 106) Sehingga sampel dari penelitian ini ditentukan sebesar 40 responden memandang jumlah populasi sekitar 400 nasabah.

3.3 Teknik pengumpulan data

Dalam rangka mengumpulkan validitas data yang komprehensif serta tidak menutup kemungkinan agar semakin faktualnya sebuah data, penyusun menggunakan beberapa cara dalam menyajikannya, antara lain:

a. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Kuesioner merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel penelitian. (Sekaran, 2006: 82)

b. Studi kepustakaan

Peneliti mengumpulkan bahan-bahan yang berkaitan dengan penelitian yang berasal dari jurnal-jurnal ilmiah, literatur serta publikasi-publikasi lain yang layak dijadikan sumber informasi.

c. Wawancara

Salah satu metode pengumpulan data dengan mewawancarai responden untuk memperoleh informasi mengenai isu yang diteliti. (Sekaran,2011:67). Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi di mana sang pewawancara melontarkan pertanyaan-pertanyaan untuk dijawab oleh orang yang diwawancarai.

3.4 Definisi operasional dan pengukuran variabel

Variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai bisa berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda (Sekaran, 2006, 115, vol 1). Variabel yang ada dalam penelitian ini adalah permintaan asuransi (Y), promosi (X_1), premi (X_2), pendapatan nasabah (X_3), dan tingkat

pendidikan nasabah (X_4). Variabel-variabel tersebut dikembangkan menjadi beberapa indikator, yang selanjutnya dikembangkan menjadi beberapa item pernyataan dalam kuesioner.

1. Variabel dependen atau terikat

Variabel terikat pada penelitian ini adalah permintaan asuransi (Y) yang bisa diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut

- a. Banyaknya nasabah yang memiliki polis asuransi
- b. Besarnya premi yang dibayarkan setiap tahun

2. Variabel independen atau bebas

Variabel independen dalam penelitian ini ada empat :

a. Promosi

Promosi dalam hal ini adalah personal selling yang merupakan kegiatan perusahaan atau agen asuransi untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumennya. Personal selling dapat diidentifikasi melalui indikator sebagai berikut (Kotler & Keller, 2012)

1. presentasi dan demonstrasi (*presentation*)
2. mengatasi keberatan (*handling objection*)
3. penutupan dan tindak lanjut (*closing dan follow up*)

b. Premi

Penetapan tarif ilmiah tunduk kepada sejumlah prinsip-prinsip dasar yaitu (Ali, 2002: 248)

- 1) Tarif itu hendaknya memadai
- 2) Tarif itu jangan diskriminatif

- 3) Tarif jangan berlebih-lebihan
 - 4) Tarif secara ekonomis haruslah layak atau feasible
 - 5) Tariff itu hendaklah merangsang usaha penecgahan kerugian
- c. Pendapatan nasabah

Pendapatan nasabah dapat diidentifikasi dari beberapa indikator sehingga menjadi faktor permintaan asuransi.

- 1) Penghasilan lebih dari cukup untuk memenuhi kebutuhan nasabah
 - 2) Enggan terhadap resiko seiring naiknya kekayaan
- d. Tingkat pendidikan nasabah

Dalam hal ini indikator untuk mengukur dalam penelitian ini adalah jenjang pendidikan terakhir yang telah ditempuh nasabah.

3.5 Instrumen penelitian

Peneliti menggunakan skala *likert* dengan menentukan skor pada setiap pernyataan. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono,2012:132). Penelitian ini menggunakan skala *Likert* dengan empat alternatif jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Dalam penelitian ini tidak mencantumkan pilihan jawaban netral atau ragu-ragu dengan alasan sebagai berikut (Mahmudah,2005):

- a. Alternatif jawaban tengah mempunyai arti ganda, bisa diartikan belum dapat memberikan jawaban, bisa juga diartikan netral.

- b. Tersedianya jawaban di tengah menimbulkan kecenderungan menjawab di tengah (*central tendency effect*), terutama bagi mereka yang ragu-ragu antara setuju dan tidak setuju.
- c. Penggunaan empat alternatif jawaban dimaksudkan untuk melihat kecenderungan pendapat responden kearah setuju atau tidak setuju. jika disediakan jawaban di tengah maka akan mengurangi banyaknya informasi yang akan didapatkan dari responden.

Hal ini diperkuat oleh Widhiarso (2010:2) skor skala yang menyediakan kategori tengah dengan yang tidak memiliki kategori tengah, tidak memiliki perbedaan yang berarti. Dimana reliabilitas pengukuran dan validitas butir tidak mengalami perbedaan, yang berbeda adalah varian skor. Daftar pertanyaan dalam kuesioner bukan berasal dari adaptasi penelitian sebelumnya, yang artinya daftar pernyataan dikembangkan sendiri oleh peneliti.

Tabel 3.1 Skor Skala *Likert*

Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Adapun kisi kisi instrument penelitiannya adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2 Variabel Penelitian dan Indikator

Variabel	Indikator	Nomor item
Promosi	kejelasan, kemampuan dan daya tarik saat presentasi. kemampuan, kecepatan dan keramahan saat mengatasi keberatan, kemampuan, kejelasan dan kemenarikan saat penutupan dan tindak lanjut	1,2,3,4,5,6
Premi asuransi	Besar kecilnya premi asuransi jangka tempo pembayaran kemudahan yang di berikan perusahaan kepada nasabah dalam hal pembayaran.	7,8,9
Pendapatan nasabah	Pendapatan nasabah baik gaji pokok dan di luar gaji pokok.	10, 11,12,13,14
Tingkat pendidikan nasabah	Tingkat pendidikan terakhir pemegang polis, SD, SMP, SMA dan Sarjana	15
Permintaan asuransi	Enlightened atau pola pikir Informationalized atau pencarian informasi, Empowered atau perealisasiian.	16,17,18,19,20,21

3.6 Metode analisis data

Taknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, koefisien determinasi dan asumsi klasik (multikolinieritas, heterskedastisitas, dan normalitas). Sebelum dilakukannya analisis data, terlebih dulu akan dilakukan uji instrument yang digunakan sebagai alat ukur.

3.6.1 Analisis deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), *standar deviasi*, *varian*, *maksimum*, *minimum*, *sum range*, *kurtosis* dan *skewness* (kemencengan distribusi). (Imam Ghozali “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19, p. 19). Penggunaan analisis ini ditujukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh promosi, premi, pendapatan nasabah dan tingkat pendidikan nasabah terhadap permintaan asuransi.

3.6.2 Uji validitas dan realibilitas

a. Uji validitas

Uji Validitas adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiono, 2010:172). Suatu test atau instrument pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur, yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut.(Azwar, 2013: 4)

b. Uji reliabilitas

Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang *reliable*. Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah (Ibid). Uji Reliabilitas digunakan untuk membuktikan terhadap masing-masing butir pertanyaan apakah reliabel atau tidak. Untuk mengukur Reliabilitas dengan Uji Statistik *cronbach alpha* (α) yaitu:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana :

r = Koefisien reliabilitas instrument (*Cronbach alpha*)

k = Banyak butir pertanyaan atau soal

σ_t^2 = Total varians

$\sum \sigma_b^2$ = Total varians butir

Kuesioner dikatakan *reliable* apabila nilai *Cronbach alpha* $> 0,60$ (Imam Ghazali, 2006:47). Semakin dekat *Cronbach alpha* dengan 1,0 maka semakin tinggi keandalan konsistensi internal (Sekaran,2011:177). Pengujian reliabilitas ini menggunakan bantuan komputer dengan program *software SPSS 16.0 for Windows*.

3.6.3 Uji asumsi klasik

Hasil dari analisis regresi digunakan sebagai alat prediksi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari multikolinieritas, heteroskedastisitas dan normalitas. Cara yang digunakan untuk menguji penyimpangan asumsi klasik adalah sebagai berikut

3.6.3.1 Uji multikolinieritas

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas. Model regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikolinieritas. Jika variabel saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antara sesama variabel bebas sama dengan nol.

untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah sama halnya dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cut-off* yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan $VIF \geq 10$ (Imam Ghazali, 2006: 105).

3.6.3.2 Uji heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke

pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model inilah yang diharapkan terjadi. jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, maka terjadi heteroskedastisitas.

Untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi heteroskedastisitas atau tidak, penelitian ini menggunakan dua cara yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dan uji glejser.

- a. Grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Analisis yang dilakukan adalah dengan melihat penyebaran data yang terjadi dalam grafik *scatterplot*. Dasar analisa dan pengambilan keputusan yang dilakukan adalah sebagai berikut:
 - Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu dan teratur, maka hal tersebut mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
 - jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas (data homoskedastis).
- b. Uji statistik dalam pengujian heteroskedastisitas dapat digunakan beberapa cara seperti uji Glejser, uji Park dan uji White. Penelitian ini menggunakan uji Glejser. Uji Glejser

dilakukan dengan meregresikan nilai absolute residualnya. Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat signifikansi dari model yang diestimasi. Jika signifikansi model yang diestimasi $<$ tingkat alpha yang ditentukan 5% (0,05), maka data tersebut mengalami gejala heteroskedastisitas. Namun jika signifikansi model yang diestimasi $>$ tingkat alpha yang ditentukan, maka data tersebut tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, atau data bersifat homokedastisitas.

3.6.3.3 Uji normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen maupun independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal, Apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. untuk menguji normalitas residual dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik *kolmogorov-Smirnov* (uji K-S) dengan membuat hipotesis (Sugiyono, 2008: 147).

3.6.4 Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear ganda bertujuan untuk mencari bentuk hubungan (relasi) linear antara satu variabel terikat Y dan k variabel bebas X_1, X_2, \dots, X_k . Seperti halnya pada regresi linear sederhana, pembicaraan pada bab ini adalah pembicaraan untuk X dan Y yang berskala interval.

Model hubungan antara variabel Y dan k variabel X_1, X_2, \dots, X_k pada populasi adalah sebagai berikut

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{i1} + \beta_2 X_{i2} + \beta_3 X_{i3} + \dots + \beta_k X_{ik} + \epsilon_i$$

Untuk setiap pasangan (X_1, X_2) dengan:

Y_i = nilai ke- i variabel Y

β_0 = Suku Tetap

β_j = Koefisien regresi pada X

$j = 1, 2, \dots, k$; dengan $k \geq 2$

ϵ_i = Galat random pada model regresi untuk populasi.

Selanjutnya, estimator untuk suku tetap β_0 disajikan dengan b_0 estimator untuk koefisien regresi β_j di sajikan dengan b_j dan estimator untuk ϵ_i disajikan dengan e_i oleh karena itu model regresi linear pada sampel ialah

$$Y_i = b_0 + b_1 X_{i1} + b_2 X_{i2} + b_3 X_{i3} + \dots + b_k X_{ik} + e_i \text{ untuk } k \geq 2$$

Dengan pemikiran yang sama dengan pembicaraan pada regresi linear, maka persamaan regresi Y pada X_1, X_2, \dots, X_k adalah

$$Y_i = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots + b_k X_k + e_i \text{ untuk } k \geq 2.$$

Untuk analisis regresi linear berganda agar persamaan regresinya dapat digunakan untuk prediksi diperlukan beberapa persyaratan. Kecuali

persyaratan X dan Y yang harus berskala interval, persyaratan-persyaratan lain yang harus dipenuhi adalah:

- a. Hubungan antara X_j dan Y linear dan berarti;
- b. Antara variabel-variabel bebas saling independen
- c. Tidak ada variabel bebas yang relevan yang dikeluarkan
- d. Tidak ada variabel bebas yang irelevan dimasukan.
- e. Residu-residu berdistribusi normal dengan rerata 0 dan variasi σ^2
- f. Tidak ada korelasi antara variabel bebas dan residu
- g. Tidak ada korelasi antara suku-suku sisa (residu-residu)

Di antara ketujuh persyaratan tersebut biasanya hanya dua persyaratan utama yang harus diuji sedangkan persyaratan lainnya cukup diasumsi. (Budiyono, 2009: 276)

Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$\text{Rumus : } Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Permintaan asuransi

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X_1 = Promosi

X_2 = Premi

X_3 = Pendapatan nasabah

X_4 = Tingkat pendidikan nasabah

e = Standar kesalahan

3.6.5 Uji hipotesis

3.6.5.1 Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Khoirunnasir, dkk,2013:231). Adapun menurut Ghazali Uji F adalah uji yang dilakukan untuk menguji model secara keseluruhan, melihat keterkaitan variabel bebas secara bersama-sama dalam mempengaruhi variabel terikat. Uji F bisa dilakukan dengan melihat hasil perhitungan SPSS anova yang membandingkan Mean Square dari regresi dan Mean Square dari residual sehingga diperoleh F hitung. Adapun hipotesis nol yang akan diuji apakah semua parameter dalam model sama dengan nol yang bisa dirumuskan sebagai berikut (Imam Ghazali, 2005:107).

Pengambilan kesimpulannya adalah dengan melihat nilai signifikansi dengan ketentuan sebagai berikut(Imam Ghazali, 2005, 88):

- a. jika nilai sig. < 0,05 atau F hitung > F tabel, maka variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

- b. jika nilai sig. $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.6.5.2 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen (Khoirunnasir, dkk,2013:231). Namun, penggunaan koefisien determinasi R² memiliki kelemahan, yaitu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimaksudkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel maka R² meningkat, tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Oleh karena itu dianjurkan menggunakan nilai Adjusted R².

3.6.5.3 Uji T

Uji t statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Khoirunnasir, dkk, 2013: 230). Pengambilan kesimpulannya adalah dengan melihat nilai signifikansi yang dibandingkan dengan nilai α (5%) dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika nilai Sig $< \alpha$ maka H₀ ditolak

Jika nilai Sig $> \alpha$ maka H₀ diterima

Menurut Ghozali (2010:98) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji ini digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh antara masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan tingkat signifikan (α) 5% dan derajat kebebasan ($n-2$), kemudian dibandingkan dengan t hitung yang diperoleh untuk menguji signifikansi pengaruh. Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

- 1) H_0 : jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima (tidak berpengaruh signifikan). Maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) H_a : jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima (berpengaruh signifikan). Maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil PT Takaful

4.1.1 Deskripsi

Berawal dari sebuah kepedulian yang tulus, beberapa pihak bersepakat untuk membangun perekonomian syariah di Indonesia. Atas prakarsa Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) melalui Yayasan Abdi Bangsa, bersama Bank Muamalat Indonesia Tbk., PT. Asuransi Jiwa Tugu Mandiri, Departemen Keuangan RI, dan beberapa pengusaha Muslim Indonesia, serta bantuan teknis dari Syarikat Takaful Malaysia, Bhd. (STMB), Tim Pembentukan Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI) mendirikan PT. Syarikat Takaful Indonesia (Takaful Indonesia) pada 24 Februari 1994, sebagai perusahaan perintis pengembangan asuransi syariah di Indonesia.

Selanjutnya, pada 5 Mei 1994 Takaful Indonesia mendirikan PT. Asuransi Takaful Keluarga (Takaful Keluarga) sebagai perusahaan asuransi jiwa syariah pertama di Indonesia. Takaful Keluarga diresmikan oleh Menteri Keuangan saat itu, Mar'ie Muhammad dan mulai beroperasi sejak 25 Agustus 1994. Guna melengkapi layanan pada sektor asuransi kerugian, PT. Asuransi Takaful Umum (Takaful Umum) didirikan sebagai anak perusahaan Takaful Keluarga yang diresmikan oleh Prof. Dr. B.J. Habibie, selaku ketua sekaligus pendiri ICMI, dan mulai beroperasi pada 2 Juni 1995

Kini, seiring pertumbuhan industri asuransi syariah di Indonesia, Takaful Keluarga terus bekerja keras menjalankan amanah segenap *stakeholders* dengan menghadirkan kinerja dan pelayanan prima sekaligus melanjutkan cita-cita *founders* untuk berperan serta dalam menguatkan simpul-simpul pembangunan ekonomi syariah di Indonesia.

Takaful Keluarga adalah pelopor perusahaan asuransi jiwa syariah di Indonesia. Mulai beroperasi sejak tahun 1994, Takaful Keluarga mengembangkan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan berasuransi sesuai syariah meliputi perlindungan jiwa, perlindungan kesehatan, perencanaan pendidikan anak, perencanaan hari tua, serta menjadi rekan terbaik dalam perencanaan investasi.

Guna meningkatkan kualitas operasional dan pelayanan, Takaful Keluarga telah memperoleh sertifikasi ISO 9001:2008 dari Det Norske Veritas (DNV), Norwegia, pada November 2009 sebagai standar internasional mutakhir untuk sistem manajemen mutu. Takaful Keluarga terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) serta memiliki tenaga pemasaran yang terlisensi oleh asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) dan Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI). Kinerja positif Takaful Keluarga dari tahun ke tahun dibuktikan dengan diraihnya penghargaan-penghargaan prestisius yang diberikan oleh berbagai institusi.

Takaful Keluarga berkomitmen untuk terus memperkuat dan memperluas jaringan layanan di seluruh Indonesia. Peningkatan dan

pembaharuan sistem teknologi informasi terus diupayakan demi memberikan pelayanan prima kepada peserta. Dengan pengalaman lebih dari 20 tahun, Takaful Keluarga menjadi pilihan terpercaya dalam menyediakan solusi perlindungan jiwa dan perencanaan investasi sesuai syariah bagi masyarakat Indonesia (<http://www.takaful.co.id/profil-perusahaan>)

4.1.2 Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi perusahaan asuransi jiwa syariah yang terdepan dalam pelayanan, operasional dan pertumbuhan bisnis syariah di Indonesia dengan profesional, amanah dan bermanfaat bagi masyarakat

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan bisnis asuransi syariah secara profesional dengan memiliki keunggulan dalam standar operasional dan layanan.
- 2) Menciptakan sumberdaya manusia yang handal melalui program pengembangan sumberdaya manusia yang berkelanjutan.
- 3) Mendayagunakan teknologi yang terintegrasi dengan berorientasi pada pelayanan dan kecepatan, kemudahan serta informatif

4.2 Gambaran Umum Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang memegang polis di perusahaan asuransi Takaful. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para nasabah pemegang polis. Peneliti berhasil

mengumpulkan data sebanyak 40 kuesioner yang diisi lengkap oleh responden, sehingga memenuhi syarat untuk dianalisis.

Data responden dalam penelitian ini digolongkan beberapa katagori yaitu jenis kelamin, usia, status, pendidikan terakhir, dan pendapatan. Pengkatagorian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran responden secara jelas sebagai objek penelitian.

4.3 Analisis Deskriptif

Gambaran umum responden dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	19	47,5%
2	Perempuan	21	52,5%
Total		40	100%

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 19 orang dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 21 orang. Meskipun demikian hal ini belum bisa menunjukkan bahwa responden perempuan lebih banyak dari pada laki-laki, karena teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *incidental sampling* sehingga mungkin saja responden yang kebetulan peneliti temui kebanyakan perempuan.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase
16 - 25 th	11	27,5 %
26 - 35 th	12	30 %
36 – 45 th	11	27,5 %
45 th ke atas	6	15 %
Total	40	100 %

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini responden yang berusia antara 16-25 tahun sebanyak 11 orang, 26-35 tahun sebanyak 12 orang, 36 – 45 tahun sebanyak 11 orang dan responden yang berusia di atas 45 tahun sebanyak 6 orang. Hal ini juga menunjukkan bahwa responden paling banyak yaitu orang yang berusia sekitar 26-35 tahun. Pengelompokan data usia responden peneliti awali dari nasabah yang berusia antara 16 – 25 tahun karena melihat banyak nasabah asuransi Takaful yang notabnya adalah mahasiswa.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase
1	Tamat SD/Sederajat	0	0 %
2	Tamat SMP/Sederajat	0	0 %
3	Tamat SMA/Sederajat	18	45 %
4	Tamat D1/D2/D3	6	15 %
5	Sarjana (S1)/(S2)/(S3)	16	40 %
Total		40	100%

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, diketahui bahwa responden yang paling banyak adalah dari orang-orang yang berpendidikan SMA atau sederajat yaitu

sebanyak 18 orang. Sedangkan responden yang berpendidikan D1/D2/D3 sebanyak 6 orang dan responden yang berpendidikan S1/S2/S3 sebanyak 16 orang. Selain itu tidak responden yang berpendidikan SD/ sederajat dan SMP/ sederajat dalam penelitian ini. Pengelompokan data tingkat pendidikan peneliti awali dari tingkat SD karena ada nasabah asuransi takaful yang hanya tamatan SD seperti yang diutarakan oleh pimpinan Takaful Cabang Gedong Kuning. Akan tetapi kebetulan saja data sampel yang kami peroleh tidak mendapatkan nasabah yang berpendidikan akhir tingkat sekolah dasar.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah	Presentase
1	Rp 1 juta ke bawah	10	25 %
2	Rp 1 juta - 3 juta	21	52,5 %
3	Rp 3 juta - 5 juta	6	15 %
4	Rp 5 juta - 10 juta	2	5 %
5	Rp 10 juta ke atas	1	2,5 %
Total		40	100%

Dari tabel 4.4 di atas dapat dinyatakan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang berpenghasilan antara 1 juta – 3 juta yaitu sebanyak 21 orang dan responden paling sedikit adalah nasabah yang berpenghasilan di atas 10 juta yaitu sebanyak 1 orang. Responden yang berpenghasilan di bawah 1 juta sebanyak 10 orang, responden yang berpenghasilan di antara 3 juta – 5 juta sebanyak 6 orang dan responden yang berpenghasilan antara 5 juta – 10 juta sebanyak 2 orang. Pengelompokan data penghasilan responden peneliti awali dari nasabah yang berpenghasilan 1 juta

kebawah itu dikarenakan ada nasabah yang masih duduk di bangku kuliah yang penghasilan mereka masih belum tetap bahkan ada yang masih ada yang ditanggung oleh orang tua.

4.4 Hasil Analisis Data

Dalam penelitian ini alat analisis data yang peneliti gunakan adalah uji regresi linier berganda yang digunakan untuk menguji promosi, premi, pendapatan nasabah dan tingkat pendidikan nasabah terhadap variabel dependen yakni permintaan asuransi.

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, peneliti terlebih dahulu melakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan apakah data yang digunakan sudah sesuai. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan apakah data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal sehingga tidak menimbulkan hasil yang bias.

4.4.1 Pengujian Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Untuk melihat koefisien validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan tiap tiap skor dari masing masing atribut. Kuesioner dikatakan valid apabila dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dengan kuesioner tersebut dan dinyatakan valid apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka butir pertanyaan yang diajukan valid. Dengan tingkat sig (α) 5% dan dengan

keabsahan $(n-2)$. Bila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka butir item dianggap valid dan bila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka butir item dianggap tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dianggap valid. Reliabel menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Uji reliabel digunakan untuk mengukur dan membuktikan bahwa variabel yang digunakan benar-benar bebas dari kesalahan sehingga menghasilkan hasil yang konsisten. Perhitungan ini dilakukan dengan melihat *Cronbach's Alpha* $> 0,60$

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Indikator	r hitung	R Tabel	Sig. (2-tailed)	Ket	Cronbach's Alpha	Ket
Promosi 1	0,623	0,3120	0,000	Valid	0,744	Reliabel
Promosi 2	0,798	0,3120	0,000	Valid		
Promosi 4	0,645	0,3120	0,000	Valid		
Promosi 5	0,771	0,3120	0,000	Valid		
Promosi 6	0,548	0,3120	0,000	Valid		
Premi 1	0,862	0,3120	0,000	Valid	0,830	Reliabel
Premi 2	0,890	0,3120	0,000	Valid		
Premi 3	0,858	0,3120	0,000	Valid		
Pendapatan	0,649	0,3120	0,000	Valid	0,616	Reliabel
Pendapatan	0,671	0,3120	0,000	Valid		
Pendapatan	0,745	0,3120	0,000	Valid		
Pendapatan	0,680	0,3120	0,000	Valid		
Pendidikan	1,0	0,3120	0,000	Valid	1,000	Reliabel
Permintaan	0,792	0,3120	0,000	Valid	0,875	Reliabel
Permintaan	0,838	0,3120	0,000	Valid		
Permintaan	0,766	0,3120	0,000	Valid		
Permintaan	0,589	0,3120	0,000	Valid		
Permintaan	0,696	0,3120	0,000	Valid		
Permintaan	0,501	0,3120	0,001	Valid		
Permintaan	0,547	0,3120	0,000	Valid		

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, dari hasil output pengujian validitas dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada masing masing variabel dapat dikatakan valid karena setiap pernyataan memiliki nilai signifikan (*2-tailed*) < 0,05. Selain itu berdasarkan nilai koefisien korelasi tiap item. Pada tabel statistik dengan uji 2 sisi, sig. 5% dan df (40-2) didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,312. Hasil pengujian di atas memperlihatkan bahwa semua $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid.

Selain itu berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada masing masing variabel $> 0,60$. Maka dapat disimpulkan semua butir pernyataan dalam variabel penelitian adalah handal atau reliabel.

4.4.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai umum yang dipakai untuk menunjukkan ada atau tidaknya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $> 0,10$ atau dengan nilai VIF < 10 (Ghozali, 2011: 28)

Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinearitas

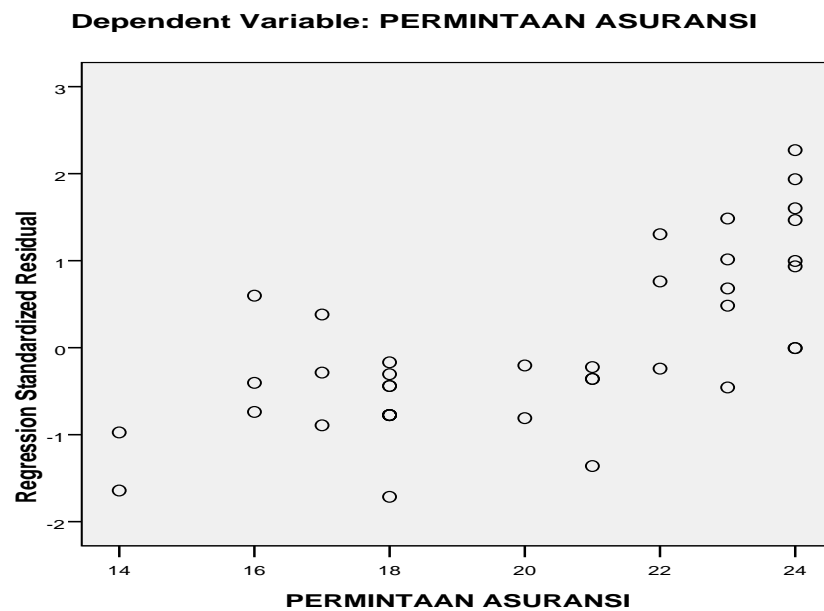
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Promosi	0,683	1,316	Tidak terjadi multikolinearitas
Premi	0,652	1,534	Tidak terjadi multikolinearitas
Pendapatan	0,717	1,395	Tidak terjadi multikolinearitas
Pendidikan	0,760	1,316	Tidak terjadi multikolinearitas

Pada tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 (berkisar 0,652 – 0,760) dan nilai VIF untuk semua variabel independen lebih kecil dari 10 (berkisar 1,316 – 1,534). Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas dalam penelitian dilakukan dengan Uji Glejser. Pengambilan keputusan dapat dilihat dari estimasi. Jika nilai sig $>0,05$ maka data tersebut tidak mengalami heteroskedastisitas atau data bersifat homokedastisitas.

Scatterplot



Gambar 4.1

Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik Scatterplot terlihat bahwa titik titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah 0 sumbu y dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Di bawah ini adalah tabel hasil uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser yang meregres nilai absolute dari residual (Abs_Res1)

Tabel 4.7
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikan	Keterangan
Promosi	0,185	Lolos Uji
Premi	0,502	Lolos Uji
Pendapatan Nasabah	0,756	Lolos Uji
Tingkat Pendidikan	0,453	Lolos Uji

Hasil pengujian heteroskedastisitas menggunakan uji glejser memberikan hasil bahwa nilai signifikansi model yang diestimasi semua lolos uji heteroskedastisitas. Pada tabel di atas terlihat nilai signifikansi masing-masing variabel lebih besar dari alpha 5% (0,05), sehingga dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Seperti diketahui bahwa

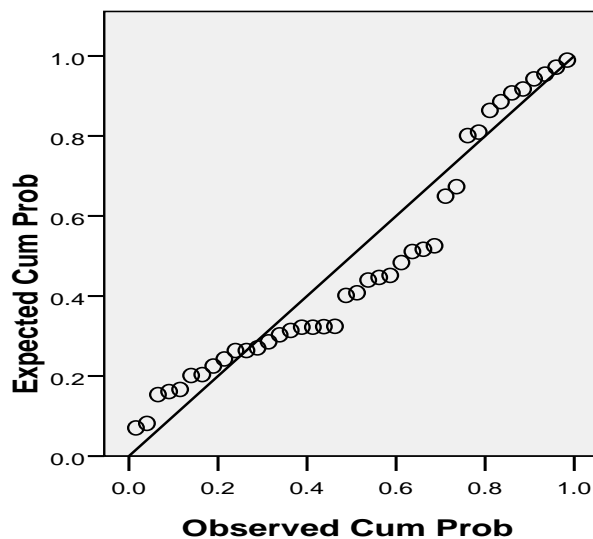
uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal, apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistic

1. Analisis Grafik

Merupakan salah satu cara yang paling mudah untuk melihat normalitas residual dengan cara melihat grafik normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: PERMINTAAN ASURANSI



Gambar 4.2

Pada grafik normal P-Plot di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Analisis Statistik

Uji statistik dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik *non-parametric* Kolmogrov-Smirnov (K-S). Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > tingkat *alpha* 0,05 maka dinyatakan data terdistribusi normal.

Tabel 4.8

Uji Statistik Non Parametric Kolmogrov-Smirnov (K-S) One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal	Mean	
Parameters(a,b)		.0000000
	Std. Deviation	2.07806124
Most Extreme Differences	Absolute	.179
	Positive	.179
	Negative	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		1.132
Asymp. Sig. (2-tailed)		.154

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Sumber : data primer di olah, 2016

Berdasarkan tabel output hasil uji normalitas menggunakan *non-parametric test* Kolmogrov-Smirnov (K-S), terlihat bahwa nilai K-S sebesar 1,132 dan signifikansi 0,152. Karena nilai signifikansi $0,152 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi secara normal atau memenuhi asumsi klasik normalitas.

4.5 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada dasarnya merupakan studi menguji pengaruh variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan memprediksi nilai rata-rata variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2011: 13)

Tabel 4.9
Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.095	3.780		1.613	.116
	PROMOSI	.365	.224	.223	1.628	.112
	PREMI	.658	.280	.329	2.348	.025
	PENDAPATAN NASABAH	-.177	.262	-.090	-.676	.503
	TINGKAT PENDIDIKAN	.912	.275	.430	3.316	.002

a. Dependent Variable: PERMINTAAN ASURANSI

Sumber : data primer di olah, 2016

Model persamaan analisis regresi linier berganda dengan model persamaan sebagai berikut

$$Y = 6,095 + 0,365 X_1 + 0,658 X_2 - 0,177 X_3 + 0,912 X_4 + e$$

Y = Permintaan asuransi

X₁ = Promosi

X₂ = Premi

X₃ = Pendapatan nasabah

X₄ = Tingkat pendidikan

e = Standar kesalahan

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

a. Promosi (X₁)

Besarnya koefisien regresi promosi sebesar 0,365 dapat diartikan bahwa jika promosi meningkat sebesar 1 satuan maka permintaan akan produk asuransi akan meningkat sebesar 0,365

b. Premi

Besarnya koefisien regresi premi sebesar 0,658 dapat diartikan bahwa jika premi meningkat sebesar 1 satuan maka permintaan akan produk asuransi akan meningkat sebesar 0,658

c. Pendapatan nasabah

Besarnya koefisien regresi pendapatan nasabah sebesar - 0,177 dapat diartikan bahwa jika pendapatan nasabah meningkat sebesar 1 satuan maka permintaan akan produk asuransi akan meningkat sebesar -0,177

d. Tingkat pendidikan

Besarnya koefisien regresi tingkat pendidikan sebesar 0,912 dapat diartikan bahwa jika tingkat pendidikan meningkat sebesar 1 satuan maka permintaan akan produk asuransi akan meningkat sebesar 0,365

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji statistik F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen (promosi, premi, pendapatan nasabah dan tingkat pendidikan nasabah) secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen (permintaan asuransi). Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan pengambilan kesimpulannya dengan melihat nilai signifikansi dengan ketentuan jika nilai $\text{sig} < 0,05$ atau $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hipotesis untuk uji simultan F adalah sebagai berikut:

H_a : Promosi, premi, pendapatan nasabah dan tingkat pendidikan nasabah secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi PT Takaful Cabang Gedong Kuning.

H_0 : Promosi, premi, pendapatan nasabah dan tingkat pendidikan nasabah secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh terhadap permintaan asuransi PT Takaful Cabang Gedong Kuning.

Tabel 4.10

Uji F

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F_{hitung}	F_{tabel}	Sig.
1	Regression	207.185	4	51.796	10.764	2,69	.000(a)
	Residual	168.415	35	4.812			
	Total	375.600	39				

a Predictors: (Constant), TINGKAT PENDIDIKAN, PENDAPATAN NASABAH, PROMOSI, PREMI

b Dependent Variable: PERMINTAAN ASURANSI

Sumber : data primer di olah, 2016

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui Nilai F hitung sebesar $10,764 > F_{tabel} (2,69)$ dengan sig F sebesar $0,000 (p < 0,05)$ sehingga keputusannya menolak H_0 dan menerima H_a . Berarti secara serempak atau bersama-sama ada pengaruh yang signifikan antara variabel promosi, premi, pendapatan nasabah dan tingkat pendidikan terhadap variabel permintaan asuransi.

4.6.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (nilai *adjusted R²*) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0-1. Nilai R^2 yang kecil menandakan bahwa kemampuan variabel-variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel

independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghazali, 2006:97)

Tabel 4.11
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743(a)	.552	.500	2.194

a Predictors: (Constant), TINGKAT PENDIDIKAN, PENDAPATAN NASABAH, PROMOSI, PREMI

b Dependent Variable: PERMINTAAN ASURANSI

Sumber : data primer di olah, 2016

Berdasarkan output di atas dapat diketahui bahwa nilai *adjusted R Square* sebesar 0,500 atau sebesar 50% yang berarti besarnya pengaruh keempat variabel bebas (promosi, premi, pendapatan nasabah dan tingkat pendidikan nasabah) terhadap permintaan asuransi adalah 50% sedangkan sisanya (100% - 50% = 50%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model. Adapun yang dimaksud faktor lain dalam hal ini bisa memasukan faktor faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi seperti yang diutarakan Maharani (2015) seperti pekerjaan, usia, jenis kelamin, gaya hidup dan sebaran penduduk

Standart error of the estimate (SEE) sebesar 2,194 semakin kecil SEE maka akan semakin membuat regresi lebih tepat dalam memprediksi variabel terikat.

4.6.3 Uji Statistik t (pengujian secara parsial)

Pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah masing masing variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan uji T adalah pada tingkat $t < 0,05$ maka hipotesis alternatif diterima yang menyatakan bahwa satu variabel independen mempengaruhi variabel dependen dan sebaliknya. Selain itu pengambilan keputusan bisa dilihat dari $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka hipotesis alternatif diterima dan H_0 ditolak. Hasil pengujian pada penelitian ini dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12

Uji T
Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T_{hitung}	T_{tabel}	Sig	Ket
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	6.095	3.780		1.613	2,030	.116	
PROMOSI	.365	.224	.223	1.628	2,030	.112	Di tolak
PREMI	.658	.280	.329	2.348	2,030	.025	Di terima
PENDAPATAN NASABAH	-.177	.262	-.090	-.676	2,030	.503	Di tolak
TINGKAT PENDIDIKAN	.912	.275	.430	3.316	2,030	.002	Di terima

a Dependent Variable: PERMINTAAN ASURANSI
Sumber : data primer di olah, 2016

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan program *SPSS 15 for windows*, dapat di simpulkan hasil uji t sebagai berikut :

1. Uji t terhadap variabel promosi
 - a. H_{a1} = promosi berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning
 H_{o1} = promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi PT Takaful Cabang Gedong kuning
 - b. Nilai signifikasi $t < 0,05$ atau $T_{hitung} > T_{tabel}$ sedangkan hasil penelitian pada variabel promosi diketahui nilai sig $t = 0,112 > 0,05$ dan $T_{hitung} (1,628) < T_{tabel} (2,030.)$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning atau dengan kata lain H_a ditolak dan H_o diterima.
2. Uji T terhadap variabel premi
 - a. H_{a1} = premi berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning
 H_{o1} = premi tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi PT Takaful Cabang Gedong kuning
 - b. Nilai signifikasi $t < 0,05$ atau $T_{hitung} > T_{tabel}$ sedangkan hasil penelitian pada variabel premi diketahui nilai sig $t = 0,025 < 0,05$ dan $T_{hitung} (2,348) < T_{tabel} (2,030.)$ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa premi berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning atau dengan kata lain H_a diterima dan H_o ditolak.
3. Uji T pada varaibel pendapatan nasabah

- a. H_{a1} = Pendapatan nasabah berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning.
 H_{o1} = Pendapatan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning
 - b. Nilai signifikasi $t < 0,05$ atau $T_{hitung} > T_{tabel}$ sedangkan hasil penelitian pada variabel premi diketahui nilai sig $t = 0,503 > 0,05$ dan $T_{hitung} (-0,676) < T_{tabel} (2,030.)$ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning atau dengan kata lain H_a ditolak dan H_o diterima.
4. Uji T pada variabel tingkat pendidikan
- a. H_{a1} = Tingkat pendidikan nasabah berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning
 H_{o1} = Tingkat pendidikan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning
 - b. Nilai signifikasi $t < 0,05$ atau $T_{hitung} > T_{tabel}$ sedangkan hasil penelitian pada variabel premi diketahui nilai sig $t = 0,002 < 0,05$ dan $T_{hitung} (3,316) < T_{tabel} (2,030.)$ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa premi berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning atau dengan kata lain H_a diterima dan H_o ditolak.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan sebelumnya, maka secara keseluruhan pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh promosi terhadap permintaan asuransi PT Takaful

Hasil statistik uji t untuk variabel promosi diperoleh nilai t hitung sebesar 1,628 dengan tingkat signifikansi 0,112 karena signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,112 > 0,05$), dan serta koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,365, maka penelitian ini menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap permintaan asuransi PT Takaful Cabang Gedong Kuning. Hasil tersebut juga menyebabkan hipotesis nol (H_0) diterima dan menolak hipotesis alternatif (H_a). Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang lakukan Maharani (2015) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap permintaan asuransi dengan nilai varian sebesar 17,144%.

Hal ini dikarenakan promosi yang ada pada PT Takaful Cabang Gedong kuning terbatas pada personal selling yang terdiri dari interaksi pribadi dengan pelanggan dan calon pelanggan untuk menghasilkan pelanggan dan menjaga hubungan pelanggan. Selain itu salah satu kelemahan personal selling dalam promosi adalah memerlukan waktu yang lama serta membutuhkan biaya yang relatif besar. Hal ini senada dengan pernyataan Kotler dan Armstrong (2002) yang mengatakan proses penjualan menggunakan personal selling sangatlah pelan dan menuntut kesabaran, suatu

penjualan dapat menghabiskan satu atau dua tahun sejak presentasi penjualan hingga hari penjualan diumumkan.

2. Pengaruh premi terhadap permintaan asuransi PT Takaful

Hasil statistik uji t untuk variabel premi diperoleh nilai t hitung sebesar 2,348 dengan tingkat signifikansi 0,025 karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,025 < 0,005$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,658, maka penelitian ini menyatakan bahwa premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan asuransi PT Takaful Cabang Gedong Kuning. Hasil tersebut juga menyebabkan hipotesis nol (H_0) ditolak dan menerima hipotesis alternatif (H_a). Hal tersebut karena besarnya premi yang ditawarkan pihak PT Takaful dianggap sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah, selain itu semakin tinggi premi yang di bayarkan oleh tertanggung maka hasil uang pertanggungan pada saat tertanggung mengajukan klaim juga semakin besar. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ashidiqi (2011) yang menyatakan bahwa variabel premi asuransi berpengaruh positif signifikan dengan nilai koefisien sebesar 0,256

Permintaan merupakan jumlah barang dan jasa tertentu yang konsumen sedia beli pada kondisi dan waktu tertentu, dengan demikian maka permintaan mempunyai hubungan erat dengan harga jual. Hal ini sesuai dengan teori Suhartati dan Fathrurozi (2002) yang menyatakan bahwa permintaan adalah berbagai jumlah barang atau jasa yang diminta pada berbagai tingkat harga suatu waktu tertentu. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan

suatu produk adalah harga atau premi apabila diaplikasikan dalam produk asuransi.

3. Pengaruh pendapatan nasabah terhadap permintaan asuransi PT Takaful

Hasil statistik uji t untuk variabel pendapatan nasabah diperoleh nilai t hitung sebesar -0,676 dengan tingkat signifikansi 0,503 karena signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,503 > 0,005$), dan koefisien regresi mempunyai nilai negatif sebesar -0,177, maka penelitian ini menyatakan bahwa pendapatan nasabah tidak berpengaruh terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning. Hasil tersebut juga menyebabkan hipotesis nol (H_0) diterima dan menolak hipotesis alternatif (H_a). Hal ini berbeda dengan hasil penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan Yanti (2013) yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien regresi sebesar 0,791672

Permintaan adalah keinginan akan suatu yang didukung dengan kemampuan serta kesediaan untuk membelinya. Keinginan menjadi permintaan apabila didukung oleh daya beli. Hal ini bisa menjelaskan akan tuduhan dari pengkritik pemasaran bahwa “pemasar menciptakan kebutuhan” atau “pemasar membuat orang membeli barang-barang yang tidak mereka inginkan” (Abdullah & Tantri, 2012: 15). Sedangkan Yanti (2013) mengemukakan bahwa ukuran yang menentukan konsumen dalam membeli suatu produk adalah keyakinan, ketertarikan, dan kepercayaan. Teori di atas bisa menjadi alasan kenapa hasil penelitian variabel pendapatan terhadap permintaan asuransi PT Takaful berpengaruh negatif dan tidak signifikan

yaitu karena ketertarikan masyarakat terhadap asuransi masih kurang. Selain itu hasil wawancara dengan Bapak Irfan selaku pimpinan PT Takaful Cabang Gedong Kuning mengatakan pendapatan nasabah berpengaruh negatif terhadap permintaan asuransi bisa jadi dikarenakan semakin banyak pendapatan nasabah semakin banyak pula kebutuhan pokok sehingga mengakibatkan permintaan terhadap asuransi menurun. Beliau juga berpendapat bahwa seiring dengan naiknya pendapatan nasabah bisa mengakibatkan kecenderungan nasabah untuk membeli produk asuransi pada perusahaan lain sehingga mengakibatkan permintaan asuransi pada PT takaful menurun.

4. Pengaruh tingkat pendidikan terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning

Hasil statistik uji t untuk variabel tingkat pendidikan diperoleh nilai t hitung sebesar 3,316 dengan tingkat signifikansi 0,002 karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,002 > 0,005$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,912, maka penelitian ini menyatakan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan asuransi pada PT Takaful Cabang gedong Kuining. Hasil tersebut juga menyebabkan hipotesis nol (H_0) ditolak dan menerima hipotesis alternatif (H_a). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Sari (2008) dan Pasaribu (2004) yang meyakini bahwa tingkat pendidikan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan asuransi. Seseorang yang berpendidikan tinggi akan cenderung meningkatkan kesadarannya pada kesehatan serta

konsekuensinya. Orang yang berpendidikan tinggi memiliki pola pikir dan persepsi yang lebih baik dibandingkan yang berpendidikan rendah. Orang yang berpendidikan tinggi sadar bahwa hidup itu penuh dengan ketidakpastian, sehingga seseorang yang berpendidikan tinggi cenderung memiliki asuransi (Maharani, 2015). Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Ganie (2013:346), salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap asuransi adalah pendidikan berupa pengetahuan dan informasi yang dimiliki. Kesadaran masyarakat dalam berasuransi dipengaruhi oleh pendidikan. Pendidikan ini berupa pengetahuan dan pemahaman akan kegunaan asuransi serta pemahaman terhadap peraturan perundang-undangan terkait. Akan tetapi berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Yanti (2013) yaitu tingkat pendidikan berpengaruh positif tapi tidak signifikan. Hal tersebut karena masyarakat tidak lagi hanya bermodal pendidikan tinggi mereka bisa mengetahui asuransi itu sendiri. Masyarakat sekarang bisa mengetahui itu semua melalui iklan baik lewat media cetak, elektronik dan lain sebagainya. Yang mana bisa menarik mereka untuk membeli asuransi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan di atas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel promosi tidak berpengaruh terhadap permintaan asuransi PT Takaful Cabang Gedong Kuning. Hal ini disebabkan karena promosi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut hanya sebatas personal selling sehingga proses pengenalan produk pada masyarakat kurang maksimal
2. Variabel premi berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi PT Takaful Cabang Gedong Kuning. Hal tersebut karena kebijakan penentuan besarnya premi yang ditawarkan pihak perusahaan bisa diterima nasabah.
3. Variabel pendapatan nasabah tidak berpengaruh terhadap permintaan asuransi. hal tersebut karena ketertarikan masyarakat terhadap asuransi masih kurang serta pola pikir masyarakat yang beranggapan bahwa ketika mereka memiliki banyak uang tidak peduli terhadap resiko ketidakpastian yang akan dihadapi kemudian hari.
4. Variabel tingkat pendidikan nasabah berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi. hal tersebut karena semakin tinggi pendidikan seseorang maka kecenderungan untuk mengalihkan resiko terhadap perusahaan asuransi menjadi pilihan yang tepat.

5.2 Implikasi

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam bidang keilmuan akademik khususnya manajemen pemasaran perusahaan asuransi syariah yang berkaitan dengan permintaan asuransi. Kontribusi dan implikasi tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Dengan adanya penelitian ini, pihak PT Takaful dapat melakukan evaluasi dalam segi pemasaran, khususnya dalam segi faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi. Mengingat semakin banyaknya perusahaan-perusahaan asuransi lain baik itu syariah maupun konvensional sehingga ke depannya mampu membuat perkembangan yang baik untuk perusahaan asuransi Takaful.
2. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi penelitian yang akan datang mengenai kualitas permintaan asuransi. Serta diharapkan mampu menjadi bahan rujukan yang berkaitan dengan tema dalam penelitian ini

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Strategi promosi pada PT Takaful masih kurang optimal karena sebatas pada personal selling. Maka dari itu PT Takaful perlu meningkatkan lagi dengan melakukan strategi promosi yang lain selain personal selling mengingat promosi adalah salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan suatu produk.

2. Dilihat dari sisi permintaan, maka rekomendasi yang diberikan adalah dengan meningkatkan permintaan masyarakat terhadap asuransi, dimana baik masyarakat kalangan bawah sampai atas dapat menikmati manfaat dari asuransi..
3. Bagi peneliti selanjutnya, variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya mencakup empat variabel independen saja, sehingga masih perlu kajian tentang variabel-variabel independen lain diluar model penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdullah Thamrin & Tantri Francis, (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Ali, Zainuddin.(2008). *Hukum Asuransi Syariah, cet. Ke-1*. Jakarta: Sinar Grafika
- Ali, A. Hasymi. (2002). *Pengantar Asuransi, cet, Ke-3*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Ali, AM. Hasan, (2004). *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam*. Jakarta: Prenada Media
- Amrin, Abdullah. (2006). *Asuransi Syariah: Keberadaan dan Kelebihannya di Tengah Asuransi konvensional*. Jakarta: IKAPI
- Arafat, Wilson. (2005). *The Real Power of Marketing Audit*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia
- Azwar, Saifuddin. (2011). *Reliabilitas dan Validitas, Edisi III* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Budiyono, (2009). *Statistika Untuk Penelitian, Edisi II*. Surakarta: UPT Penerbitan dan Percetakan (UNS press)
- Christopher Lovelock, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry, (2010). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi, Edisi III, Jilid I*. Jakarta: Erlangga
- Darmawi, Herman, (2006). *Manajemen Asuransi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ganie, A. Junaedy, (2013). *Hukum Asuransi Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Ghozali, M, Imam, (2010). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gitosudarmo, Indriyo. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE.
- Ikhsan, Arfan, (2008). *Metodologi Penelitian Akuntansi Keperilakuan*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ikhsan, Fuad, (2010). *Dasar-Dasar Kependidikan. Cet ke-6*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Iqbal, Muhaimin. (2005). *Asuransi Umum Syariah dalam Praktik, Cet ke-1*, Jakarta. Gema Insani Press

- Khoirunnasir, Dkk. (2013). *Praktikum Statistik SPSS Ver.17*, Yogyakarta: Arta Bumi Iantaran.
- Mulyanto & Hans-Dieter Evers.ed, (1982). *Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok*, Jakarta: CV. Rajawali
- Nitisusastro, H. Mulyadi, (2013). *Asuransi dan Usaha Perasuransian di Indonesia*, Bandung: Alfabeta..
- Pangaribuan Simanjuntak, (1990). *Hukum Pertanggung*, Yogyakarta: Seksi Hukum Dagang Fakultas UGM
- Philip Kotler, (1999). *Marketing*, Jakarta: Erlangga, Jilid I
- Philip Kotler & Gary Amstrong, (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, edisi ke-12*, Jakarta : Erlangga jilid II
- Philip Kotler dan Kevin Keller, (2007). *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa B. Molan, Bandung: PT Indeks
- Rohman, Arif (2013). *Memahami Ilmu Pendidikan, cet. Ke-3*. Yogyakarta: CV Aswaja Presindo
- Sekaran, Uma, (2006). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi IV, Vol II* Jakarta: Salemba Empat.
- Soeharno. (2007). *Teori Mikroekonomi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Soeratno & lincolin Arsyad (1993). *Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis, Edisi Revisi, cet I*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Sudarsono, Heri, (2003). *Bank & Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi Edisi II*, Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis, Cet, ke 12*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta
- Sukmadinata, Nana Syaodih, (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sula, Muhammad Syakir. (2004). *Asuransi Syariah (life and General) : Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta : Gema Insani.

Sumarwan, Ujang, (2002). *Perilaku Konsumen dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Suparmoko, (2013). *Pengantar Ekonomi Mikro, Edisi III*, Yogyakarta: BPF

Tati suhartati joesron dan M. Fathorrazi. (2012). *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Jurnal dan Skripsi:

Abd Ghofar, (2012), *Pengaruh Premi, Klaim, Investasi, Profitabilitas Terhadap Pertumbuhan Aset Pada Asuransi Syariah di Indonesi*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Ashidiqi, M. Fida Fariz. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Asuransi Pada PT . Prudential Life Assurance Kantor Cabang Taman Siswa (Studi Kasus Pada Prulink Syariah Assurance Account)*. Skripsi Program S1 UIN Sunan Kalijaga.

Kristianto, Djoko, (2009). *Implikasi Akuntansi Syariah dan Asuransi Syariah dalam Lembaga Keuangan Syariah* dalam Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi Vol 7 No. 1

Maharani, Putu Veyna. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Di Kota Singaraja Memiliki Program Asuransi Unitlink*, jurnal ilmiah, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Vol: 5

Mahmudah, Siti. (2005). *Hubungan Antara Persepsi Remaja Pada Pola Asuh Orang Tua Dengan Hubungan Interpesonal di MAN 1 Yogyakarta*. Laporan Penelitian. Fakultas Psikologi: Malang

Pasaribu, Donal Renaldo, (2004). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Asuransi di Kotamadya Medan*. Skripsi Program S1 Universitas Sumatra Utara.

Rosida, Nur Hidayati. *Asuransi Konvensional Dan Asuransi Syariah: Perbedaan Dalam Lingkup Akuntansi*. Jurnal , Universitas Negeri Surabaya.

Sari, Lia Permata. (2008). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Terhadap Asuransi Kerugian Pada PT Jasa Raharja Putera Cabang Medan*. Skripsi Program S1 Universitas Sumatra Utara.

Yanti, Lisda. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Asuransi Jiwa di Kota Makassar*. Skripsi Program S1 Universitas Hasanuddin Makassar

Internet:

<http://asuransitakaful.net/perusahaan-asuransi-pertama-murni-syariah/> 19 April 2016

http://www.mediabpr.com/kamus-bisnis-bank/pendapatan_rumah_tangga.aspx 27 April 2016

<https://takafulumum.wordpress.com/berita-terkini/2014-adalah-tahun-asuransi-syariah-indonesia/> 27 april 2016

Widhiarso, W. (2010). Pengembangan Skala Psikologi: Lima Katagori Respon Ataukah Empat Katagori Respon?, Di akses dari <http://widhiarso.staff.ugm.ac.id>

<http://www.takaful.co.id/profil-perusahaan> 27 juli 2016

<http://www.takaful.co.id/laporan-tahunan> 14 Oktober 2016

Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. MarsdaAdisucipto, Telp (274) 589621, 512474, Fax. (274) 586117
E-mail: febi@uin-suka.ac.id Yogyakarta 55281

Nomor : B-9851/Un.02/DEB.1/PN.01/08/2016

4 Agustus 2016

Sifat : Biasa

Lamp. : 3 bendel

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan
PT Takaful Kota Yogyakarta
di Jl. Gedong Kuning 120a Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dalam rangka memenuhi tugas akhir/skripsi yang berjudul "PENGARUH PROMOSI PREMI, PENDAPATAN NASABAH DAN TINGKAT PENDIDIKAN NASABAH TERHADAP PERMINTAAN ASURANSI PADA PT TAKAFUL CABANG DEDONG KUNING YOGYAKARTA", dengan Dosen Pembimbing Ruspita Rani Pertiwi S. Psi., MM diperlukan penelitian.

Oleh karena itu kami mengajukan permohonan izin kepada Bapak/Ibu Pimpinan PT. Takaful Kota Yogyakarta. Jl. Gedong Kuning 120a Yogyakarta mahasiswa kami:

Nama : M. Heri Santoso

NIM : 12391005

Program Studi : Keuangan Syari'ah

Alamat : Panggungharjo Sewon Bantul Yogyakarta

untuk melakukan penelitian di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin. Sebagai bahan pertimbangan bersama ini kami lampirkan :

1. Proposal Skripsi
2. Fotocopy Kartu Tanda Mahasiswa (KTM)
3. Fotocopy Kartu Rencana Studi (KRS)

Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas diperkenankannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Tembusan:
Dekan (sebagai laporan)

Surat Keterangan Penelitian



REPRESENTATIVE OFFICE
PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA
TANWIR NUSANTARA
Jl. Gedongkuning 122+2, Yogyakarta

Nomor : A.141/RO.TN/IX/2016
Hal : Surat Keterangan Penelitian

Yogyakarta, 20 September 2016

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Bersamaan surat ini menerangkan bahwa mahasiswa:

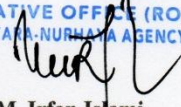
Nama : Muhammad Heri Santoso
NIM : 12391005
Kampus : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Prodi : Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar sudah melakukan penelitian dalam penyelesaian tugas penyusunan skripsi, dan yang bersangkutan telah melakukan penelitian di PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Yogyakarta RO Tanwir Nusantara, Jalan Jl. Gedong Kuning No.122+2 Yogyakarta, dari tanggal **20 Agustus – 19 September 2016**.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan semestinya.

وَالسَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ




M. Irfan Islami
Pimpinan

No	Halaman	Pedoman	Terjemahan
1	24	Yusuf : 43–49	<p>Raja berkata (kepada orang-orang terkemuka di kaumnya), ‘ sesungguhnya aku bermimpi melihat tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk di makan oleh tujuh ekor sapi betina yang kurus-kurus dan tujuh bulir (gandum) yang hijau dan tujuh bulir lainnya yang kering. Hai orang-orang yang terkemuka, terangkanlah kepadaku tentang takwil mimpiku itu, jika kamu dapat menakwilkan mimpi.</p> <p>Mereka menjawab, ‘(Itu) adalah mimpi-mimpi yang kosong dan kami sekali-kali tidak tahu menakwilkan mimpi itu</p> <p>Dan berkatalah orang yang selamat di antara mereka berdua dan teringat (kepada yusuf) sesudah beberapa waktu lamanya, ‘aku akan memberitakan kepadamu tentang (orang yang pandai menakwilkan mimpi itu, maka utuslah aku (kepadanya)</p> <p>(setelah pelayan bertemu dengan yusuf, dia berseru),’ Yusuf, hai orang yang amat di percaya, terangkanlah kepada kami (takwil mimpi) tentang tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk yang di makan oleh tujuh ekor sapi betina yang kurus-kurus dan tujuh bulir (gandum) yang hijau dan (tujuh) lainnya yang kering agar aku kembali kepada orang-orang itu, agar mereka mengetahuinya.’</p> <p>Yusuf berkata,’ suapaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagai mana biasa; maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan di budirnya, kecuali sedikit untuk kamu makan</p> <p>Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit) kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan.</p> <p>Kemudian setelah itu akan datang tahun yang padanya manusia di beri hujan (dengan cukup) dan di masa itu mereka merasa anggur.”</p> <p>(Yusuf:43-49)</p>

2	24	Yusuf :67	Dan Yaqub berkata, ‘ hai anak-anakku janganlah kamu (bersama-sama) masuk dari satu pintu gerbang, dan masuklah dari pintu-pintu gerbang yang berlain-lainan; namun demikian aku tiada dapat melepaskan kamu barang sedikit pun dari (takdir) Allah. Keputusan menetapkan (sesuatu) hanyalah hak Allah; kepadanya lah aku bertawakal dan hendaklah hanya kepada-Nya saja orang-orang yang bertawakal berserah diri.’” (Yusuf:67)
3	30	Al-Kahfi: 19	Demikian lah kami bangkitkan mereka agar saling bertanya di antara mereka sendiri. Berkata salah seorang di antara mereka, ‘sudah berapa lamakah kamu berada di sini? Mereka menjawab, kita sudah berada di sini satu atau setengah hari. ‘berkata yang lain lagi, ‘tuhan kamu lebih mengetahui berapa lamanya kamu berada di sini. Maka, suruhlah salah seorang kamu pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah ia lihat manakah makanan yang lebih baik dan hendaklah ia membawa makanan ini untukmu. Hendaklah ia berlaku lemah lembut, dan janganlah sekali-kali menceritakan halmu kepada seorang pun (al-Kahfi:19)
4	30	Al-Baqarah : 283	Maka jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang di percayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhanya. “(al-Baqarah: 283)

KUESIONER

Sebelumnya saya mengucapkan terima kasih untuk waktu yang disediakan oleh Bapak / Ibu. Pengisian kuisisioner ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan permintaan Bapak / Ibu terhadap produk Asuransi. Semua data yang terkumpul akan digunakan untuk menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Premi, Pendapatan Nasabah dan Tingkat Pendidikan Nasabah Terhadap Permintaan Asuransi Pada PT Takaful”.

Responden dalam penelitian ini adalah pemegang polis asuransi di PT Takaful Cabang Gedong Kuning Kota Yogyakarta. Diharapkan dengan adanya kegiatan ini dapat menambah pengetahuan dan menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat tentang manfaat dan keuntungan berasuransi. Selain itu, bisa menjadi tolak ukur bagi perusahaan - perusahaan asuransi yang ada di Yogyakarta untuk menyusun perencanaan pelayanan yang lebih baik.

Identitas Umum Responden

No	Pertanyaan	Keterangan
1	Nama	
2	Tanggal/Bulan/Tahun :	/ / /
3	Jenis Kelamin :	
4	Alamat :	
5	Umur	
6	Status : 1. menikah 2. Belum Menikah	<input type="checkbox"/>
7	Pendidikan terakhir : 1. Tamat SD/Sederajat 2. Tamat SMP/Sederajat 3. Tamat SMA/Sederajat 4. Tamat D1/D2/D3 5. Sarjana (S1)/(S2)/(S3) 6 . Lainnya	<input type="checkbox"/>
8	Jumlah anak	Orang
9	Berapa pendapatan tetap Anda perbulan ?	<input type="checkbox"/> Rp 1 juta < <input type="checkbox"/> Rp 1 juta - 3 juta

	<input type="checkbox"/> Rp 3 juta - 5 juta <input type="checkbox"/> Rp 5 juta - 10 juta <input type="checkbox"/> Rp > 10 juta
--	--

Pertanyaan Tentang Asuransi

a. Promosi

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Agen mampu untuk menjelaskan produk asuransi takaful dengan baik				
2	Agen mampu merespon pertanyaan dari nasabah				
3	Agen mampu mempresentasikan kelebihan produk asuransi takaful				
4	Agen ramah dan mampu dalam mengatasi keluhan				
5	Agen mampu meyakinkan saya untuk menggunakan produk asuransi takaful				
6	Agen memberikan akses komunikasi yang jelas terhadap nasabah				

b. Premi Asuransi

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Premi asuransi takaful bagi saya terjangkau				
2	Jangka dan tempo pembayaran premi sesuai kemampuan nasabah				
3	Ketika belum bisa membayar , nasabah di berikan alternatif penundaan waktu pembayaran				

c. Pendapatan

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Pendapatan yang saya peroleh lebih dari cukup				

2	Produk asuransi yang di tawarkan sesuai dengan pendapatan saya				
3	Dengan pendapatan yang saya peroleh saya mampu memenuhi kebutuhan keluarga sehingga mampu membeli produk asuransi				
4	Uang yang saya tabungkan hanya sebagian kecil dari pendapatan saya				

d. Permintaan Asuransi

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya mengerti hidup penuh dengan ketidakpastian sehingga memiliki polis asuransi takaful suatu hal yang baik				
2	Asuransi menurut saya pilihan yang tepat untuk mengalihkan resiko yang bisa terjadi kapan saja				
3	Saya mengerti tentang manfaat memiliki polis asuransi sehingga layak untuk di tawarkan kepada teman-teman saya				
4	Produk asuransi takaful yang sesuai dengan syariah lebih meyakinkan saya di bandingkan produk asuransi konvensional				
5	Saya memilih asuransi takaful setelah melihat alternatif pilihan beberapa perusahaan asuransi lain				
6	Saya yakin menjadi nasabah asuransi takaful bisa menjadikan masa depan lebih baik.				
7	Saya yakin pilihan saya menjadi nasabah asuransi takaful adalah yang terbaik				

HASIL KUESIONER

D A T A R E S P O N D E N	NO	NAMA	J. K	USIA	PENDIDIKAN	PENDAPATAN
	1	Sri Subarya	2	3	3	2
	2	Anggit Sanjaya	1	4	3	2
	3	Poniran	1	4	5	3
	4	Listianing Wulan	2	3	4	2
	5	Agus Purwanto	2	4	5	2
	6	M. Adhi Riski	1	2	5	3
	7	Vivin Zafrina	2	2	5	2
	8	Yuti Rianto	1	1	3	1
	9	Edy Prayitno	1	3	5	4
	10	Dwi Suryanto	1	3	4	5
	11	M. Irfan Islami	1	4	5	4
	12	Yurwaningsih	2	2	4	1
	13	Egi Qadrina. R	2	1	5	1
	14	Faisal B.P	1	1	3	2
	15	Ulul Asfihani	1	1	5	2
	16	M. Faiz Arafi	1	1	3	1
	17	M. Ardian. Y	1	2	4	1
	18	Angger M.J	1	1	5	1
	19	Eko Haryadi	1	1	4	1
	20	Sulma Safina	1	1	5	1
	21	Roudhatul. M	2	1	5	1
	22	Danik Hani O	2	2	3	2
	23	Safitri P	2	2	3	2
	24	Dian Apni L	2	2	3	2
	25	Indah R	2	3	3	2
	26	Umi Fathanah	2	1	3	2
	27	Nur Indriastuti	2	3	5	3
	28	Dwi Taat. A	1	2	3	2
	29	Ema Kustinawati	2	2	3	2
	30	Maryono	1	4	3	2
	31	Wiwit S	2	3	3	2
	32	Icut Zulfiani	2	1	5	1
	33	Alfi Adityani	2	3	3	2
	34	Astri Haryanti	2	2	3	3
	35	Alifa Muthia	1	3	4	2
	36	Tino Atma	2	3	3	2
	37	Dwi Saputra	1	2	5	3
	38	Hisbullah	2	4	3	2
	39	Ragil A Nugroho	2	2	5	3
40	Khaerul Arafat	1	3	5	2	

NO	PERTANYAAN																				
	Promosi						Premi			Pendapatan				TP	Permintaan Asuransi						
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	1	2	3	4	1	1	2	3	4	5	6	7
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4
4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3
5	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	5	4	3	3	3	3	4	3
6	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4
8	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
9	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	5	4	4	4	3	3	4	4
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
12	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4
13	4	3	3	3	3	3	2	1	2	2	2	2	3	1	3	2	3	3	2	3	3
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	1	3	3	3	3	2	3	3
15	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	1	3	2	3	4	3	3	3
16	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	2	3	3
17	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2
18	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	4
19	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	2	2	2	3	3
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	1	3	3	3	2	2	3	3
21	3	4	3	4	3	4	2	3	2	3	3	2	4	1	4	3	3	3	1	3	3
22	3	3	3	3	4	4	4	4	4	1	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	4
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
25	3	2	3	3	3	2	3	3	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
26	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4
27	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	3	4	3	3	3
28	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	5	4	3	4	3	3	4	3
33	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3
34	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3
35	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3
36	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3
37	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	3	3	3	3	3
38	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3
39	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	5	4	4	4	3	2	3	2
40	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	5	3	4	4	3	3	3	4

Penjelasan data responden

JENIS KELAMIN	1	Laki-laki
	2	Perempuan
USIA	1	16 – 25 tahun
	2	26 – 35 tahun
	3	36 – 45 tahun
	4	45 tahun ke atas
TINGKAT PENDIDIKAN	1	SD/ sederajat
	2	SMP/ sederajat
	3	SMA/ sederajat
	4	D1/D2/D3
	5	S1/S2/S3
PENDAPATAN	1	1 juta ke bawah
	2	1 juta – 3 juta
	3	3 juta – 5 juta
	4	5 juta – 10 juta
	5	10 juta ke atas

Penjelasan skala likert

Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

OUTPUT SPSS

Statistics

		JENIS KELAMIN	USIA	PENDIDIKAN	PENDAP ATAN
N	Valid	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0
Mean		1.53	2.30	3.95	2.08
Median		2.00	2.00	4.00	2.00
Mode		2	2	3	2
Std. Deviation		.506	1.043	.932	.917
Variance		.256	1.087	.869	.840
Skewness		-.104	.209	.103	1.107
Std. Error of Skewness		.374	.374	.374	.374
Maximum		2	4	5	5
Sum		61	92	158	83

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	LAKI LAKI	19	47.5	47.5	47.5
	PEREMPUAN	21	52.5	52.5	100.0
Total		40	100.0	100.0	

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	16 - 25	11	27.5	27.5	27.5
	26 - 35	12	30.0	30.0	57.5
	36 - 45	11	27.5	27.5	85.0
	45 >	6	15.0	15.0	100.0
Total		40	100.0	100.0	

PENDIDIKAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	SMA/SEDERAJAT	18	45.0	45.0	45.0
	D1/D2/D3	6	15.0	15.0	60.0
	S1/S2/S3	16	40.0	40.0	100.0
Total		40	100.0	100.0	

PENDAPATAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 JUTA <	10	25.0	25.0	25.0
1 JUTA - 3 JUTA	21	52.5	52.5	77.5
3 JUTA - 5 JUTA	6	15.0	15.0	92.5
5 JUTA - 10 JUTA	2	5.0	5.0	97.5
10 JUTA >	1	2.5	2.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

1. Validitas dan Realibilitas

A. Promosi

Correlations

	PROMOSI	PROMOSI	PROMOSI	PROMOSI	PROMOSI	PROMOSI	PROMOSI
PROMOSI Pearson Correlation	1	.569**	.380*	.194	.264	.132	.623**
Sig. (2-tailed)		.000	.016	.232	.100	.416	.000
N	40	40	40	40	40	40	40
PROMOSI Pearson Correlation	.569**	1	.462**	.418**	.464**	.305	.798**
Sig. (2-tailed)	.000		.003	.007	.003	.055	.000
N	40	40	40	40	40	40	40
PROMOSI Pearson Correlation	.380*	.462**	1	.153	.450**	.022	.627**
Sig. (2-tailed)	.016	.003		.346	.004	.891	.000
N	40	40	40	40	40	40	40
PROMOSI Pearson Correlation	.194	.418**	.153	1	.607**	.307	.645**
Sig. (2-tailed)	.232	.007	.346		.000	.054	.000
N	40	40	40	40	40	40	40
PROMOSI Pearson Correlation	.264	.464**	.450**	.607**	1	.339*	.771**
Sig. (2-tailed)	.100	.003	.004	.000		.032	.000
N	40	40	40	40	40	40	40
PROMOSI Pearson Correlation	.132	.305	.022	.307	.339*	1	.548**
Sig. (2-tailed)	.416	.055	.891	.054	.032		.000
N	40	40	40	40	40	40	40
PROMOSI Pearson Correlation	.623**	.798**	.627**	.645**	.771**	.548**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	40	40	40	40	40	40	40

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	6

B. Premi

Correlations

		PREMI	PREMI	PREMI	PREMI
PREMI	Pearson Correlation	1	.730**	.585**	.862**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
PREMI	Pearson Correlation	.730**	1	.602**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40
PREMI	Pearson Correlation	.585**	.602**	1	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40
PREMI	Pearson Correlation	.862**	.890**	.858**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	3

C. Pendapatan Nasabah

Correlations

		PENDAPATA N NASABAH	PENDAPATA N NASABAH	PENDAPATA N NASABAH	PENDAPATA N NASABAH	PENDAPATA N NASABAH
PENDAPATAN NASABAH	Pearson Correlation	1	.169	.306	.268	.649**
	Sig. (2-tailed)		.297	.055	.094	.000
	N	40	40	40	40	40
PENDAPATAN NASABAH	Pearson Correlation	.169	1	.557**	.229	.671**
	Sig. (2-tailed)	.297		.000	.154	.000
	N	40	40	40	40	40
PENDAPATAN NASABAH	Pearson Correlation	.306	.557**	1	.256	.745**
	Sig. (2-tailed)	.055	.000		.111	.000
	N	40	40	40	40	40
PENDAPATAN NASABAH	Pearson Correlation	.268	.229	.256	1	.680**
	Sig. (2-tailed)	.094	.154	.111		.000
	N	40	40	40	40	40
PENDAPATAN NASABAH	Pearson Correlation	.649**	.671**	.745**	.680**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.616	4

D. Tingkat Pendidikan nasabah**Correlations**

		TINGKAT PENDIDIKAN	TINGKAT PENDIDKAN
TINGKAT PENDIDKAN	Pearson Correlation	1	1.000**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	40	40
TINGKAT PENDIDKAN	Pearson Correlation	1.000**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	40	40

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
1.000	2

E. Permintaan Asuransi**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PERMINTAAN ASURANSI	19.25	7.064	.701	.852
PERMINTAAN ASURANSI	19.43	6.917	.615	.864
PERMINTAAN ASURANSI	19.40	7.323	.645	.859
PERMINTAAN ASURANSI	19.50	6.974	.699	.851
PERMINTAAN ASURANSI	19.78	6.538	.653	.861
PERMINTAAN ASURANSI	19.50	7.538	.633	.861
PERMINTAAN ASURANSI	19.50	7.179	.695	.853

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	7

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.095	3.780		1.613	.116		
	PROMOSI	.365	.224	.223	1.628	.112	.683	1.464
	PREMI	.658	.280	.329	2.348	.025	.652	1.534
	PENDAPATAN NASABAH	-.177	.262	-.090	-.676	.503	.717	1.395
	TINGKAT PENDIDKAN	.912	.275	.430	3.316	.002	.760	1.316

a. Dependent Variable: PERMINTAAN ASURANSI

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.061	2.083		1.950	.059		
	PROMOSI	-.167	.123	-.266	-1.353	.185	.683	1.464
	PREMI	.105	.154	.137	.679	.502	.652	1.534
	PENDAPATAN NASABAH	-.045	.144	-.060	-.313	.756	.717	1.395
	TINGKAT PENDIDKAN	.115	.151	.141	.758	.453	.760	1.316

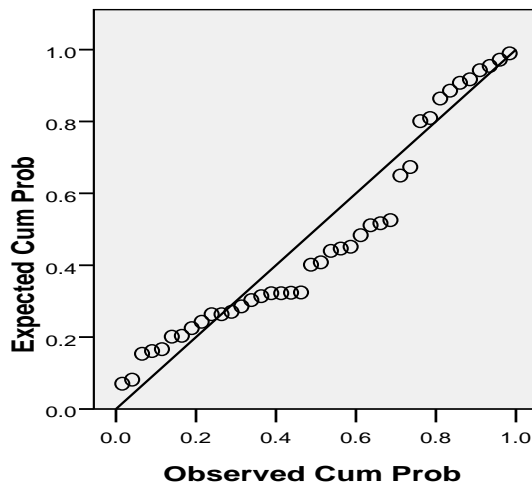
a. Dependent Variable: RES2

4. Uji Normalitas

A. Analisis Grafik

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: PERMINTAAN ASURANSI



B. Analisis Statistik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.07806124
Most Extreme Differences	Absolute	.179
	Positive	.179
	Negative	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		1.132
Asymp. Sig. (2-tailed)		.154

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TINGKAT PENDIDIKAN, PENDAPATAN NASABAH, PROMOSI, PREMI		Enter

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: PERMINTAAN ASURANSI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 ^a	.552	.500	2.194

- a. Predictors: (Constant), TINGKAT PENDIDIKAN, PENDAPATAN NASABAH, PROMOSI, PREMI
b. Dependent Variable: PERMINTAAN ASURANSI

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	207.185	4	51.796	10.764	.000 ^a
	Residual	168.415	35	4.812		
	Total	375.600	39			

a. Predictors: (Constant), TINGKAT PENDIDKAN, PENDAPATAN NASABAH, PROMOSI, PREMI

b. Dependent Variable: PERMINTAAN ASURANSI

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.095	3.780		1.613	.116
	PROMOSI	.365	.224	.223	1.628	.112
	PREMI	.658	.280	.329	2.348	.025
	PENDAPATAN NASABAH	-.177	.262	-.090	-.676	.503
	TINGKAT PENDIDKAN	.912	.275	.430	3.316	.002

a. Dependent Variable: PERMINTAAN ASURANSI

Pertanyaan dan foto wawancara

Bapak Irfan selaku pimpinan PT Takaful Cabang Gedong Kuning



1. Bagaimana konsep pemasaran produk asuransi takaful dalam hal ini adalah promosi ?
2. Bagaimana konsep pembagian pembayaran premi serta pembagiannya?
3. Menurut hasil olah data pada penelitian ini, promosi tidak berpengaruh signifikan, bagaimana menurut pendapat Anda?
4. Menurut hasil olah data pada penelitian ini, pendapatan berpengaruh negatif serta tidak signifikan, bagaimana menurut Anda?

CURRICULUM VITAE

Nama : Muhammad Heri Santoso
Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 30 April 1989
Alamat : RT 02/RW 05. Desa Kemanggungan,
Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal, Jawa Tengah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
No. HP : 085729474558
Alamat email : mahameruhery@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

1996 – 2001 : SDN Kemanggungan, Tarub, Tegal
2001 – 2004 : SMP Negeri 1 Talang
2004 – 2007 : MAN Babakan, Lebaksiu, Tegal
2007 – 2012 : Ponpes Al-Anwar, Sarang, Rembang
2012 – 2016 : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta