

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS LAYANAN,
KUALITAS PRODUK DAN PENGETAHUAN KONSMEN TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA PADA TAKAFUL YOGYAKARTA**



**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

OLEH:

ACHMAD BALYA AL HAKIM

12391009

PEMBIMBING:

JAUHAR FARADIS, S.H.I., M.A

PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2017

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS LAYANAN,
KUALITAS PRODUK DAN PENGETAHUAN KONSMEN TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA PADA TAKAFUL YOGYAKARTA**



**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU
EKONOMI ISLAM**

Oleh :

ACHMAD BALYA AL HAKIM

12391009

PEMBIMBING :

JAUHAR FARADIS, S.H.I., M.A

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

2017

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh citra perusahaan, kualitas layanan, kualitas produk, dan pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi anggota pada Takaful Yogyakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan software SPSS 16 untuk menguji data penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra perusahaan, kualitas layanan, kualitas produk dan pengetahuan konsumen secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi anggota namun secara parsial, citra perusahaan dengan nilai signifikansi 0,301 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi anggota, kualitas layanan dengan nilai signifikansi 0,027 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota, kualitas produk dengan nilai signifikansi 0,037 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota, dan pengetahuan konsumen dengan nilai signifikansi 0,451 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi anggota.

Kata kunci: citra perusahaan, kualitas layanan, kualitas produk, pengetahuan konsumen, keputusan menjadi anggota

ABSTRACT

The experiment aimed to find out the effect of image enterprise, quality and quantity service, product and consumer knowledge about decision to join the member of Takaful Yogyakarta. These sample used to 100 of respondent. The data analysis using double linear regression with SPSS 16 software to experiment the research.

Based on the result of research, image enterprise, quality and quantity serviced, product and consumer knowledge influence to people who joined the member, imagine enterprise with significance value about 0,301 no influence significantly to joined the members, quality serviced with significance value about 0,027 have a positive influence to signifance value about 0,037 have a positife influence and significance to join members, and members knowledge with significance value about 0,451 no influence significantly to join the members.

Keyword: image enterprise, quality and quantity service, product and consumer knowledge about decision to join the members



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Achmad Balya Al Hakim

Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Achmad Balya Al Hakim
NIM : 12391009
Judul Skripsi : **“Pengaruh citra perusahaan, kualitas layanan, kualitas produk, dan pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi anggota pada Takaful Yogyakarta”**

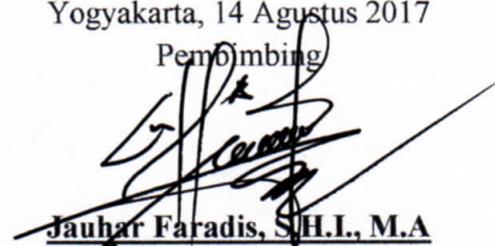
Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Keuangan Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Keuangan Syari'ah.

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

Wassalamu'alaikum wr.wb

Yogyakarta, 14 Agustus 2017

Pembimbing



Jauhar Faradis, S.H.I., M.A
NIP. 19840523 201101 1 008

PENGESAHAN SKRIPSI
Nomor: B-3428/Un.02/DEB/PP.05.3/09/207

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pada Takaful Yogyakarta

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Achmad Balya Al Hakim

NIM : 12391009

Telah dimunaqasyahkan pada : 25 Agustus 2017

Nilai Munaqasyah : A/B

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH :

Ketua Sidang



Jauhar Faradis, SHI, M.A.
NIP. 19840523 201101 1 008

Penguji I



Sunarsi, SE., M.Si.
NIP. 19740911 199903 2 001

Penguji II



Dian Nuriyah Solissa, SHI., M.Si.
NIP. 19840216 200912 2 004

Yogyakarta, 4 Oktober 2017

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dekan,



Dr. H. Syaiful Mahmadah Hanafi, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakathu

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Achmad Balya Al Hakim

NIM : 12391009

Jurusan/Prodi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra perusahaan, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pada Takaful Yogyakarta”** adalah benar-benar hasil karya penyusunan 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 di tangan penyusun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat agar dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakathu

Yogyakarta, 9 Mei 2017



Achmad Balya Al Hakim

NIM. 12391009

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ACHMAD BALYA AL HAKIM
NIM : 12391009
Jurusan/Program Studi : MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jenis Karya : SKRIPSI

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PENGETAHUAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA PADA TAKAFUL YOGYAKARTA

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : YOGYAKARTA

Pada Tanggal : 14 Agustus 2017

Yang Menyatakan



(ACHMAD BALYA AL HAKIM)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orangtuaku

Bpk. (alm) H. Ahmad Roisudin dan Ibu Hj. Alfiyah

Kakakku M. Hafidzhulloh Amin dan M. Achsin Bifatqillah

Alif Nuur Kholifah yang selalu memberikan dukungan

*Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mendidik dan
membagi ilmu*

Keluarga Besar Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah

Angkatan 2012 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Beserta Almamater

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“من خرج في طلب العلم فهو في سبيل الله”

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan
Allah”

(HR Turmudzi)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

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 0543 b/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 | ṣā' | ṣ | 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 | Ẓāl | ẓ | zet (dengan titik di atas) |
| ر | rā' | r | Er |
| ز | Zāi | z | Zet |

| | | | |
|---|------|----|----------------------------|
| س | Sīn | s | Es |
| ش | Syīn | sy | es dan ye |
| ص | ṣād | ṣ | es (dengan titik di bawah) |
| ض | ḍād | ḍ | de (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 |
| ه | hā' | h | Ha |
| ء | hamzah | , | 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 sikehendaki 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

| | | | |
|---------|--------|---------|----------|
| ---◌--- | fathah | ditulis | <i>A</i> |
| ---◌--- | kasrah | ditulis | <i>I</i> |
| ---◌--- | dammah | ditulis | <i>U</i> |

| | | | |
|----------|--------|---------|----------------|
| فَعَلَ | fathah | ditulis | <i>fa'ala</i> |
| ذَكَرَ | kasrah | ditulis | <i>ẓukira</i> |
| يَذْهَبُ | dammah | ditulis | <i>yaẓhabu</i> |

E. Vokal Panjang

| | | |
|-----------------------|---------|-------------------|
| 1. fathah + alif | ditulis | <i>Ā</i> |
| جاهلية | ditulis | <i>Jāhiliyyah</i> |
| 2. fathah + yā' mati | ditulis | <i>Ā</i> |
| تنسى | ditulis | <i>Tansā</i> |
| 3. kasrah + yā' mati | ditulis | <i>Ī</i> |
| كريم | ditulis | <i>Karīm</i> |
| 4. dammah + wāwu mati | ditulis | <i>Ū</i> |
| فروض | ditulis | <i>furūd</i> |

F. Vokal Rangkap

| | | |
|-----------------------|---------|-----------------|
| 1. fathah + yā' mati | ditulis | <i>Ai</i> |
| بينكم | ditulis | <i>Bainakum</i> |
| 2. fathah + wāwu mati | ditulis | <i>Au</i> |
| قول | ditulis | <i>Qaul</i> |

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

| | | |
|-----------|---------|------------------------|
| أنتم | ditulis | <i>a'antum</i> |
| اعدت | ditulis | <i>u'iddat</i> |
| لئن شكرتم | ditulis | <i>la'in syakartum</i> |

H. Kata Sandang Alif + Lam

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

| | | |
|--------|---------|-----------------|
| القرآن | ditulis | <i>al-Qurān</i> |
| القياس | ditulis | <i>Al-Qiyās</i> |

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

| | | |
|-----------|---------|------------------|
| السَّمَاء | ditulis | <i>as-Samā'</i> |
| الشمس | ditulis | <i>asy-Syāms</i> |

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

| | | |
|------------|---------|----------------------|
| ذوى الفروض | ditulis | <i>żawi al-furūd</i> |
| أهل السنة | ditulis | <i>ahl as-sunnah</i> |

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Sholawat dan salam selalu penulis haturkan kepada Nabi agung Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari jalan kebodohan menuju jalan pencerahan berfikir dan member inspirasi kepada penulis untuk selalu bersemangat dalam belajar dan berkarya.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Keuangan Syari'ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelar strata satu. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. Yudian Wahyudi, MA., Ph.D. Selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, S.Ag., M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. H. M. Yazid Afandi, M.Ag. Kaprodi Keuangan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Jauhar Faradis, S.H.I.,M.A. Selaku dosen pembimbing akademik.
5. Bapak Jauhar Faradis, S.H.I.,M.A. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan demi terwujudnya penelitian ini.
6. Ibu Sunarsih, S.E., M.Si. selaku pembimbing I skripsi yang telah memberi bimbingan, motivasi, dan ilmu sehingga terselesaikan skripsi ini.

7. Ibu Dian Nuriyah Solissa, S.H.I., M.Si. selaku pembimbing II yang telah memberi masukan, arahan, kritik, saran dan motivasi dalam menyempurnakan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Program Studi Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
9. Seluruh pegawai dan staf TU Prodi dan Fakultas di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
10. Ayah dan Ibu tercinta, Bapak (Alm) Ahmad Roisudin dan Ibu Alfiyah atas segala kasih sayang, do'a, dukungan, biaya, dan motivasi.
11. Kakakku M. Hafidzhulah Amin dan M. Achsin Bifatqilah yang selalu memberikan do'a dan dukungan.
12. Seluruh Teman dan Sahabat, yang menjadi teman perantauan, yang selalu mengirimkan do'a, motivasi dan dukungan. Semoga Allah membalas semua kebaikan kalian. Amin.
13. Seluruh teman seperjuangan di KUI 2012.
14. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung turut terlibat dalam penulisan skripsi ini.

Yogyakarta, 14 Agustus 2017

Achmad Balya Al Hakim

NIM. 12391009

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| ABSTRAK | ii |
| ABSTRACT | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN | v |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN | vi |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | vii |
| HALAMAN MOTTO | viii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI | ix |
| KATA PENGANTAR | xiv |
| DAFTAR ISI | xvi |
| DAFTAR TABEL dan GAMBAR | xix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 10 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.3.2 Kegunaan Penelitian | 10 |
| 1.4 Sistematika Pembahasan | 11 |
| BAB II KERANGKA TEORI dan PENGEMBANGAN HIPOTESIS | 13 |
| 2.1 Telaah Pustaka | 13 |
| 2.2 Landasan Teori | 15 |
| 2.2.1 Perilaku Konsumen | 15 |
| 2.2.2 Keputusan | 17 |
| 2.2.3 Citra Perusahaan | 19 |
| 2.2.4 Kualitas Layanan | 23 |
| 2.2.5 Kualitas Produk | 27 |
| 2.2.6 Pengetahuan Konsumen | 29 |
| 2.3 Hipotesis | 33 |

| | |
|--|-----------|
| 2.4 Kerangka Berfikir | 40 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 41 |
| 3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data | 41 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 41 |
| 3.2.1 Populasi | 41 |
| 3.2.2 Sampel | 42 |
| 3.2.3 Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 43 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data | 43 |
| 3.4 Devinisi Operasional Variabel | 44 |
| 3.5 Instrument Pengumpulan Data | 48 |
| 3.6 Variabel Penelitian | 50 |
| 3.7 Teknik Analisa Data | 49 |
| 3.7.1 Analisa Deskriptif | 49 |
| 3.7.2 Analisa Kualitatif | 50 |
| 3.7.3 Uji Asumsi Klasik | 51 |
| 3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda | 53 |
| 3.7.5 Uji Statistik/Uji Hipotesis | 54 |
| BAB IV ANALISIS DATA & PEMBAHASAN | 57 |
| 4.1 Deskripsi Data Responden | 57 |
| 4.2 Gambaran Umum Responden | 57 |
| 4.2.1 Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden | 57 |
| 4.2.2 Deskripsi Pekerjaan Responden | 58 |
| 4.2.3 Deskripsi Penghasilan Setiap Bulan Responden | 59 |
| 4.2.4 Hasil Pengumpulan Data | 60 |
| 4.3 Analisis Data | 61 |
| 4.3.1 Uji Validitas | 61 |
| 4.3.2 Uji Realibilitas | 62 |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik | 63 |
| 4.4.1 Uji Normalitas | 63 |
| 4.4.2 Uji Multikolinearitas | 65 |
| 4.4.3 Uji Heterokedastisitas | 66 |

| | |
|---|----|
| 4.5 Uji Regresi Linear Berganda | 68 |
| 4.6 Uji Hipotesis dan Analisis Data | 70 |
| 4.6.1 Uji Simultan (F) | 70 |
| 4.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 71 |
| 4.6.3 Uji Parsial (t) | 73 |
| 4.7 Pembahasan | 76 |
| BAB V PENUTUP | 84 |
| 5.1 Kesimpulan | 84 |
| 5.2 Saran | 85 |
| DAFTAR PUSTAKA | 87 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 57 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 58 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan | 59 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas | 61 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas | 63 |
| Tabel 4.6 Uji Statistik Non Parametrik Kolomogrof-Smirnof (K-S) | 65 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas | 66 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glesjer) | 67 |
| Tabel 4.9 Hasil Regresi Linear Berganda | 68 |
| Tabel 4.10 Uji F | 71 |
| Tabel 4.11 Koefisien Determinasi (R^2) | 72 |
| Tabel 4.12 Uji t | 73 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian | 40 |
| Gambar 4.1 Normal Probability Plot | 64 |
| Gambar 4.2 <i>Scatterplot</i> | 67 |

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk yang besar, dan negara berpenduduk muslim yang terbesar kurang lebih 88,2% dari 240.271.522 penduduk Indonesia di tahun 2000. Walaupun pada tahun 2016 mengalami penurunan yang cukup banyak jumlah umat muslim di Indonesia yakni menjadi 85%. (Republika, 2016) Akan tetapi hal tersebut tidak mempengaruhi meningkatnya kesadaran masyarakat untuk semakin mengekspresikan identitas kemusliman mereka, hal ini merupakan pasar yang berpotensi besar. Sebagai contoh, hadirnya lembaga-lembaga keuangan syariah, seperti perbankan syariah, BPRS, asuransi syariah, pasar modal syariah dan BMT. Sisi lain kebutuhan dalam transaksi keuangan meningkat pesat, sehingga diperlukan lebih banyak lembaga-lembaga keuangan ataupun lembaga pembiayaan yang berbasis syariah. Kebutuhan akan lembaga keuangan syariah bertambah kuat seiring dengan berkembangnya sektor industri jasa keuangan bank atau non-bank. Demikian pula dengan asuransi syariah, yang masih diperlukan lebih banyak.

Asuransi syariah di Indonesia sudah mulai menunjukkan trend positif dengan melihat pertumbuhan dan kenaikan yang signifikan pada aset perasuransian syariah. Ketua Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI), tercatat pertumbuhan aset total perasuransian syariah hingga Juni

2015 sebesar 24,06%. Penempatan dana investasi yang dikelola perasuransian syariah pun mengalami kenaikan sebesar 27,59%. Sedangkan kontribusi (premi syariah) naik sebesar 15,59% dibandingkan periode yang sama pada tahun 2014 lalu. Di tengah kondisi ekonomi yang mengalami banyak guncangan, patut di syukuri bahwa asuransi syariah di Indonesia tetap menunjukkan pertumbuhan yang menjanjikan. Diyakini hingga akhir tahun kontribusi asuransi syariah bisa mencatatkan kenaikan hingga 25% (Mirajnews, 2016). Keberadaan asuransi saat ini sudah bukan merupakan hal yang asing bagi masyarakat dunia. Asuransi yang ditawarkan beragam sesuai dengan kebutuhan bahkan tingkat pendapatan masyarakat juga menjadi pertimbangan. Salah satu jenis asuransi yang mengalami perkembangan adalah asuransi syariah, yaitu asuransi yang dalam penerapannya berusaha memasukkan nilai-nilai kerohanian, syariah atau nilai-nilai yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam menyelaraskan kehidupan dunia dan akhirat.

Dalam praktik asuransi syariah membangun sebuah citra perusahaan merupakan hal yang penting karena keseluruhan kesan yang terbentuk di benak masyarakat tentang perusahaan dapat diperoleh. Citra bagi suatu perusahaan juga mempengaruhi masyarakat untuk memutuskan menjadi anggota. Citra perusahaan yang baik dan melekat pada benak konsumen akan menambah rasa ingin tahu lebih tentang produk atau jasa yang ditawarkan. Dimana dalam meningkatkan penjualan, kesadaran dan image sebuah produk dan reputasi jasa mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Pada hal ini, citra yang baik yang ditampilkan

perusahaan kepada anggotanya melalui reputasi atau merek mampu memberikan sikap dan kepercayaan yang tinggi dari anggota terhadap produk perbankan dan hal ini dapat menimbulkan rasa puas dari anggota.

Sebagai bentuk usaha mempertahankan anggota, asuransi harus bisa memilih bentuk kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Hal tersebut akan mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan, dan kecepatan asuransi untuk memberikan layanan terhadap anggotanya. Layanan yang diberikan kepada anggota dapat mencerminkan kualitas baik atau tidaknya asuransi tersebut dimata para anggotanya. Semua upaya akan dilakukan oleh asuransi demi memenuhi kebutuhan anggota. Kualitas Layanan termasuk faktor yang perlu diperhatikan untuk menciptakan sebuah keputusan menjadi anggota bagi konsumen. Jika kinerja dan kualitas layanan dibawah harapan, maka masyarakat akan berfikir lebih ragu untuk menjadi anggota.

Jika kinerja dan kualitas layanannya sama dengan keinginan yakni apabila layanannya membuat masyarakat nyaman dan terpenuhi kebutuhannya, maka masyarakat akan mudah untuk memutuskan menjadi anggota. Jika kinerja dan kualitas layanannya sudah melebihi keinginan yang ditargetkan oleh masyarakat, maka masyarakat sudah pasti akan memutuskan menjadi anggota. Anggota yang sudah bergabung dengan perusahaan asuransi, dan perusahaan asuransi tersebut sudah memberikan pelayanan yang baik dan sesuai kebutuhan yang diharapkan maka konsumen akan selalu memberikan pendapat yang baik tentang perusahaan

dan cenderung akan setia pada perusahaan, juga akan memberikan informasi kepada orang lain tentang keunggulan dari perusahaan asuransi tersebut. Dan kualitas layanan merupakan faktor yang dapat mendorong pangsa pasar dalam dunia asuransi. Ketertarikan konsumen merupakan faktor utama dalam menilai kualitas layanan, dimana menilai kinerja layanan yang diterima dan yang dirasakan langsung terhadap suatu produk.

Kualitas layanan ditentukan oleh bagaimana tingkat kesesuaian antara layanan yang diberikan dengan harapan yang diharapkan oleh pengguna layanan. Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan akan semakin tinggi tingkat ketertarikan pengguna/pelanggan, selanjutnya akan berdampak positif pada perilaku ataupun niat seseorang dalam menyikapi pelayanan tersebut (Sondakh, 2014, p.21). Layanan yang berkualitas merupakan hal yang penting karena layanan yang baik menciptakan loyalitas para pemegang polis asuransi, basis dalam penetapan harga, membuka peluang untuk diverifikasi produk dan harga serta dapat menghemat biaya-biaya untuk memperoleh pemegang polis baru. Kualitas layanan menurut Philip Kotler (2009, p.165) dipengaruhi oleh dimensi mutu pelayanan yaitu *reability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan dan kepastian), *empathy* (empati), dan *tangible* (bukti fisik).

Keputusan menjadi anggota ditentukan juga oleh adanya kualitas produk yang memberikan definisi kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Konsumen membeli jasa asuransi

untuk menyelesaikan masalah dan konsumen memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan konsumen berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang akan diterimanya, kualitas produk asuransi didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan konsumen, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan konsumen tersebut (Hidayat, 2009, p.15).

Selain itu ada juga pengetahuan konsumen yang menjadi salah satu faktor untuk mengambil keputusan menjadi konsumen. Asuransi syariah merupakan sistem asuransi yang menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah. Dengan prinsip utama kemitraan dan kebersamaan dalam sistem syariah yang baik pihak asuransi maupun anggota asuransi mendapatkan keuntungan, karena kegiatan yang dilakukannya adalah dengan sistem dimana para peserta menginfakkan sebagian atau seluruh kontribusi yang akan digunakan untuk membayar klaim, jika ada musibah yang dialami peserta maka peranan perusahaan disini hanya sebatas pengelolaan operasional asuransi dari dana-dana yang dilimpahkan kepada perusahaan (Mowen dan Minor, 2002, p.163).

Bagi asuransi yang beroperasi dengan menggunakan sistem syariah, memahami konsumen sangat penting karena apa yang dibeli, dimana membeli, kapan membeli, dan berapa banyak yang dibeli akan tergantung kepada pengetahuan konsumen mengenai hal-hal tersebut. Pengetahuan konsumen tentang informasi asuransi syariah akan memberikan dampak terhadap perilaku konsumen. Perilaku konsumen

adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mengenali, mencari, mengevaluasi, membeli dan bertindak pasca konsumsi produk/jasa maupun ide yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhannya. Penduduk Yogyakarta yang sebagian besar beragama islam, merupakan pasar yang sangat besar bagi asuransi syariah, dimana dalam mengembangkan perusahaan pasti akan diminati oleh kalangan muslim yang pastinya mengharapkan sebuah sistem yang syariah dan sesuai hukum islam dalam menjalankan sebuah perusahaan asuransi (Yuliawan, 2011, p.21).

Asuransi syariah Takaful 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 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 jaringannya 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 (www.takaful.co.id).

Takaful mengungkap fenomena yang sering terjadi di masyarakat bermacam-macam yang ada kaitannya dengan asuransi syariah, diantaranya kecelakaan, kesehatan, pendidikan, tabungan dan lain sebagainya. Dalam sudut pandang islam, membantu dan menyantuni orang yang sedang terkena musibah merupakan kewajiban. Salah satunya dalam ayat Al-Quran mengisyaratkan hal itu, yakni dalam surat Yusuf ayat 47-49:

قل تزرعون سبع سنين دأبافماحصد تم فذروه في سنبله إلقبلا ممّا تأكلون(47) ثم يأتي من بعد ذلك سبع شدادياكلن ما قدّمتم لهنّ إلقبلا ممّا تحصنون(48) ثمّا يأتي من بعد ذلك عام فيه يغاث النّاس وفيه يعصرون(49)

Dengan segala kemurahan hati Yusuf menerangkan ta'bir mimpi raja itu, seolah-olah Yusuf menyampaikan kepada raja dan pembesar-pembesarnya, katanya “Wahai raja dan pembesar-pembesar Negara semuanya, kamu akan menghadapi suatu masa tujuh tahun lamanya penuh dengan segala kemakmuran dan keamanan. Ternak berkembang biak, tumbuh-tumbuhan subur, dan semua orang akan merasa senang dan bahagia. maka galakkanlah rakyat bertanam dalam masa tujuh tahun itu. Hasil dari tanaman itu harus kamu simpan, gandum disimpan dengan

tangkai-tangkainya supaya tahan lama. Sebagian kecil kamu keluarga untuk dimakan sekedar keperluan saja.

Sehabis masa yang makmur itu akan datang masa yang penuh kesengsaraan dan penderitaan selama tujuh tahun pula. Pada waktu itu ternak habis musim, tanaman-tanaman tidak berbuah, udara panas, musim kemarau panjang. Semua simpanan makanan akan habis, kecuali tinggal sedikit untuk kamu jadikan benih.

Kemudian sesudah berlalu masa kesulitan dan kesengsaraan itu, maka datanglah masa hidup makmur, aman dan sentosa. Dimasa itu bumi menjadi subur, hujan turun sangat lebatnya, manusia kelihatan beramai-ramai memeras anggur dan aman dan gembira. Mereka telah duduk bersantai menikmati buah-buahan hasil kebunnya bersama anak-anak dan keluarga. Itulah ta'bir mimpi raja itu saya sampaikan kepadamu untuk saudara sampaikan pada raja dan pembesar-pembesarnya” (Kementerian Agama RI, 2010).

Penjelasan mengenai tafsir ayat tersebut jika dianalogikan sesuai masa sekarang maka sudah sewajarnya masyarakat mempersiapkan segala kebutuhan untuk masa mendatang, dalam arti bahwa asuransi merupakan yang dimaksudkan sebagai persiapan menghadapi masa depan karena dengan masyarakat mengikuti asuransi maka otomatis mereka akan menyisihkan penghasilan guna memenuhi kebutuhan apapun mulai dari pendidikan, ekonomi hingga kesehatan.

Semua ini merupakan wujud kepedulian terhadap sesama, sekaligus indikasi ketakwaan kepada Allah SWT. Bukankah Rasulullah SAW telah menyatakan bahwa orang-orang beriman antara satu dengan yang lain adalah bagaikan bangunan yang saling menguatkan, sehingga apabila satu bagian menderita sakit, maka bagian tubuh yang lain akan turut merasakannya. Disinilah Takaful keluarga sebagai lembaga asuransi syariah berperan aktif dalam membantu semua umat manusia untuk menata keberlangsungan hidupnya secara nyaman dan aman.

Dari latar belakang di atas, penulis tertarik mengadakan penelitian dan membahas pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan menjadi anggota. Oleh karena itu penulis mengangkat judul: **“PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PENGETAHUAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA PADA TAKAFUL YOGYAKARTA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian diatas dapat dirumuskan pertanyaan penelitian yaitu:

1. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan menjadi anggota pada Takaful Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menjadi anggota pada Takaful Yogyakarta?

3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan menjadi anggota pada Takaful Yogyakarta?
4. Bagaimana pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi anggota pada Takaful Yogyakarta?

1.3 Tujuan dan Kegunaan

Tujuan dari penelitian ini antara lain:

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Guna mengetahui dan meneliti bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan menjadi anggota pada Takaful Yogyakarta
2. Guna mengetahui dan meneliti bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menjadi anggota pada Takaful Yogyakarta
3. Guna mengetahui dan meneliti bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan menjadi anggota pada Takaful Yogyakarta
4. Guna mengetahui dan meneliti bagaimana pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi anggota pada Takaful Yogyakarta

Kegunaan dari penelitian ini antara lain:

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan pemikiran ilmu ekonomi Islam, serta manajemen keuangan Islam pada khususnya. Memperkuat penelitian sebelumnya dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan pengetahuan bagi para pelaku asuransi syariah dalam melihat faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen untuk mempercayakan keikutsertaan di asuransi syariah.

1.4 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini bertujuan untuk menggambarkan alur pemikiran penulis dari awal hingga kesimpulan akhir, adapun rencana sistematika pembahasan tersebut adalah sebagai berikut:

Bab pertama berisi pendahuluan untuk mengantarkan skripsi ini secara keseluruhan. Pada bab ini menjelaskan latar belakang masalah mengapa penelitian ini diadakan, pokok masalah yang akan dianalisis dan dijawab dari penelitian ini, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua berisi landasan teori yang terdiri dari tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis. Bab ini berisi tentang tinjauan teoritis, tinjauan teoritis penting digunakan untuk melihat fenomena secara teori dengan fakta dilapangan. Penjabaran variabel-variabel yang diteliti, telaah pustaka dari penelitian terdahulu dan perumusan hipotesis.

Bab ketiga berisi metode penelitian yang digunakan untuk menjawab hipotesis yang diajukan. Metode penelitian terdiri dari variabel penelitian dan definisi oprasional variabel, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

Bab keempat berisi tentang analisis data dan pembahasannya. Bab ini juga memuat analisis data yang tersedia, perangkat penelitian yang digunakan untuk memperoleh gambaran, jawaban serta hasil dari masalah yang diteliti yaitu pengaruh citra perusahaan, kualitas layanan, kualitas produk dan pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi anggota pada takaful Yogyakarta.

Bab kelima merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dari hasil analisis penelitian ini, keterbatasan penelitian serta saran mengenai tindakan-tindakan yang seharusnya dilakukan bagi peneliti yang ingin meneliti dengan tema yang sama, maupun instansi terkait.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan, kualitas layanan, kualitas produk dan pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi anggota pada asuransi syariah Takaful Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan uji t (secara parsial) maka dapat disimpulkan bahwa:

- a) Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi anggota di Takaful Yogyakarta. Citra bukan pengaruh meningkatnya minat konsumen menjadi anggota dikarenakan konsumen rata-rata lebih banyak menjadi anggota asuransi karena faktor kebutuhan dan alasan lain yang mempengaruhi konsumen adalah faktor pelayanan. Dengan demikian para calon anggota tidak terlalu mementingkan faktor citra perusahaan.
- b) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan secara parsial mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan menjadi anggota pada Takaful Yogyakarta. Kualitas layanan yang diberikan semakin bagus terhadap konsumen dan juga tingkat layanan yang diberikan memenuhi serta memuaskan harapan

konsumen, maka hal tersebut mampu menarik minat para konsumen untuk berasuransi.

- c) Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan menjadi anggota pada Takaful Yogyakarta. Kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen sesuai standart syariah dan juga kelengkapan produk meliputi semua asuransi maka dengan demikian para konsumen berminat menjadi anggota asuransi.
- d) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi anggota pada asuransi syariaiah Takaful Yogyakarta. Pengetahuan bukan pengaruh untuk menjadi anggota karena konsumen kebanyakan tidak mengetahui berbagai macam informasi tentang perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, selanjutnya dapat disimpulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi perusahaan berkaitan dengan citra perusahaan, kualitas layanan, kualitas produk dan pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi anggota pada asuransi syariah Takaful Yogyakarta.

1. Bagi peneliti yang akan melekukan penelitian yang berkaitan dengan tema yang sama, maka diharapkan melakukan penyempurnaan atau perbaikan dengan memperluas ruang lingkup

variabel dan jumlahnya, subjek penelitian maupun teknik analisis data yang digunakan.

2. Kualitas layanan dan kualitas produk adalah merupakan variabel yang harus lebih diperhatikan karena mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusan menjadi anggota pada asuransi syariah. Oleh sebab itu, dari pihak asuransi syariah menjaga dengan benar kualitas layanan dan kualitas produk yang diberikan kepada anggota asuransi syariah.

Daftar Pustaka

Al Quran

Kementerian Agama RI, Jakarta: Lembaga Percetakan Al-Qur'an Kementerian Agama, 2010.

Buku:

Arikunto. 1998. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Arikunto, Suharsimi. 1991. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Ciptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Bayumedia Publishing.

Dharmmesta, Basu, Swastha dan Handoko, T, Hani. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.

Engel, F James dan Roger D. Blackwell. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Karisma Publishing.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hadi, Sutrisno. 2004. *Statistik Jilid 2*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.

Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM Program SPSS 19*, edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 1999. *Marketing*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat

Kuncoro, Mudrajad. 2001. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Mowen, C John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Nasution, M.N. 2010. *Manajemen Jasa Terpadu (Total Service Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Rajawali.
- Pass, Christopker dan Bryan Lawes. 1994. *Kamus Lengkap Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Peter, Paul, J dan Olson C, Jerry. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba.
- Rangkuti, Freddy. 2011. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Ritonga, M. Jamiluddin. 2004. *Riset Kehumasan*. Jakarta: Gramedia.
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi: Konsep Dan Aplikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sabari, Hadi, Yunus. 2010. *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*, cetak 1. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Schiffman, G, Leon dan Kanuk, Lazar, Leslie. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Jurnal dan Artikel:

- Hidayat, Rachmad. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, VOL. 11, NO. 1. Maret 2009.
- P, Tumpal, Handro. (2012). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*, 1, ISSN 2252-6552.

Sondakh, Conny. (2014). Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3, No. 1.

Yuliawan, Eko. (2011). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, Volume. 1. Nomor. 01. April 2011.

Skripsi:

Abidin, Sulistia, Fitri. 2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Citra Perusahaan dan Atribut Produk Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada BPD DIY Syariah)*. Skripsi. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga.

Karimah, Elvi, Iftahul. 2012. *Pengetahuan Konsumen Mengenai Asuransi Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Sun Diamond PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Yogyakarta*. Skripsi. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga.

Mubarok, Yanuar. 2014. *Pengaruh Pelayanan, Nisbah Bagi Hasil, Kualitas Produk, Empati, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Menyimpan Dana di BMT (Studi Pada Anggota Dalam Menyimpan Dana di KJKS BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta)*. Skripsi. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga.

Saada, Bidayatul, Naila. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Komitmen dan Promosi Terhadap Loyalitas Anggota (Studi Kasus Pada Anggota Pembiayaan Di BMT BATIK MATARAM)*. Skripsi. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga.

Zulkifli, Ilyasa, Ewa. 2014. *Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Yogyakarta (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krpyak Yogyakarta)*. Skripsi. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga.

Wawancara:

Ibu Nafis. (2016, Maret 10). Personal Interview

Ibu Diah. (2016, Maret 12). Personal Interview

Website:

<http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/16/01/09/o0ow4v334-persentase-umat-islam-di-indonesia-jadi-85-persen>, di akses tanggal 8 juni 2016

<http://www.mirajnews.com/id/asuransi-syariah-indonesia-tengah-masuki-trend-positif/81245>, akses 16 Mei 2016

www.takaful.co.id



LAMPIRAN

Terjemah Ayat Al-Quran

| No | Hal | Nama Surat: ayat | Terjemahan |
|----|-----|-----------------------|---|
| 1 | 7 | QS Yusuf: 47-49 | <p><i>Yusuf berkata: "Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa, maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan. (47)</i></p> <p><i>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. (48)</i></p> <p><i>Kemudian setelah itu akan datang tahun yang padanya manusia diberi hujan (dengan cukup) dan dimasa itu mereka memeras anggur. (49)</i></p> |
| 2 | 29 | QS Al-Baqarah 278-279 | <p><i>Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. (278)</i></p> <p><i>Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba) maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba) maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya. (279)</i></p> |



KUISIONER

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS LAYANAN,
KUALITAS PRODUK DAN PENGETAHUAN KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA PADA TAKAFUL YOGYAKARTA**

PENGANTAR

Demi tercapainya penelitian ini, maka penyusun mohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara untuk membantu mengisi angket atau daftar pertanyaan yang telah disediakan (terlampir berikut ini). Penyusunan skripsi dibuat dalam rangka memenuhi syarat untuk dapat menyelesaikan pendidikan Strata satu (S1) pada program Studi Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, diperlukan data-data dan informasi-informasi yang mendukung kelancaran penelitian ini.

Untuk itu diharapkan para responden dapat memberikan jawaban yang sebenar-benarnya demi membantu penelitian ini. Atas kesediannya saya ucapkan terima kasih, semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Peneliti,

Achmad Balya Al Hakim

NIM: 12391009

(lanjutan)

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. NAMA:

2. JENIS KELAMIN:

a. PRIA

b. WANITA

3. USIA:.....Tahun

4. PENDIDIKAN TERAKHIR:

5. PEKERJAAN:

6. PENGHASILAN SETIAP BULANNYA:

a. < Rp 1.000.000
4.000.000

d. Rp 3.000.000 – Rp

b. Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
5.000.000

e. Rp 4.000.000 – Rp

c. Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000

f. > Rp 5.000.000

7. DARI MANAKAH ANDA MENDAPAT INFORMASI MENGENAI ASURANSI SYARIAH TAKAFUL:

a. Keluarga/teman

c. Brosur/pamflet/buku

b. Media Elektronik

d. Lain-lain

(sebutkan).....

8. BERAPA LAMA ANDA MENJADI ANGGOTA ASURANSI SYARIAH TAKAFUL:

a. < 3 bulan

c. 6 – 9 bulan

b. 3 – 5 bulan

d. > 9 bulan

(lanjutan)

II. PETUNJUK PENELITIAN

Untuk pertanyaan di bawah ini pilihlah salah satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara paling tepat dengan cara menyilang (X) huruf pilihan yang tersedia, isilah jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

KETERANGAN:

- | | |
|-----|----------------------|
| SS | :Sangat Setuju |
| S | :Setuju |
| N | :Netral |
| TS | :Tidak Setuju |
| STS | :Sangat Tidak Setuju |



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

(lanjutan)

III. DATA PERTANYAAN VARIABEL

| KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA (Y) | | | | | | |
|-------------------------------|---|----|---|---|----|-----|
| NO | PERTANYAAN | SS | S | N | TS | STS |
| 1 | Tersedia berbagai macam dan jenis produk yang bervariasi | | | | | |
| 2 | Produk sesuai kebutuhan dan keinginan | | | | | |
| 3 | Karyawan profesional untuk konsultasi konsumen | | | | | |
| 4 | Pembayaran cepat dan tepat didukung oleh teknologi modern | | | | | |
| 5 | Asuransi syariah membantu menghadapi resiko di masa depan | | | | | |

| VARIABEL CITRA PERUSAHAAN (X1) | | | | | | |
|--------------------------------|--|----|---|---|----|-----|
| NO | PERTANYAAN | SS | S | N | TS | STS |
| 1 | Mendapat hal baru dan bermanfaat tentang asuransi syariah | | | | | |
| 2 | Bebas untuk memberikan kritik dan saran kepada perusahaan | | | | | |
| 3 | Wawasan tentang pentingnya berasuransi syariah | | | | | |
| 4 | Pengetahuan produk dan jasa yang semakin baik untuk konsumen | | | | | |
| 5 | Mendapat pengetahuan secara lengkap tentang asuransi syariah | | | | | |

| VARIABEL KUALITAS LAYANAN (X2) | | | | | | |
|--------------------------------|---|----|---|---|----|-----|
| NO | PERTANYAAN | SS | S | N | TS | STS |
| 1 | Layanan selalu diberikan dengan baik sehingga konsumen memutuskan untuk berasuransi | | | | | |

| | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|
| 2 | Pelayanan baik membuat nyaman konsumen untuk berasuransi syariah | | | | | |
| 3 | Mendapatkan layanan produk dan jasa yang bermutu tinggi | | | | | |
| 4 | Harapan konsumen mendapatkan layanan sebuah produk dan jasa berkualitas selalu terpenuhi | | | | | |
| 5 | Konsumen merasa puas dengan layanan yang didapatkan | | | | | |

VARIABEL KUALITAS PRODUK (X3)

| NO | PERTANYAAN | SS | S | N | TS | STS |
|----|---|----|---|---|----|-----|
| 1 | Produk berkualitas baik sehingga konsumen lebih memilih berasuransi di perusahaan ini | | | | | |
| 2 | Produk berkualitas sesuai standart sehingga konsumen setia dengan perusahaan ini | | | | | |
| 3 | Produk yang diberikan perusahaan sesuai dengan prinsip syariah | | | | | |
| 4 | Produk memberikan ketenangan hati karena faktor kehalalan dan kebaikannya | | | | | |

VARIABEL PENGETAHUAN KONSUMEN (X4)

| NO | PERTANYAAN | SS | S | N | TS | STS |
|----|--|----|---|---|----|-----|
| 1 | Konsumen mendapatkan informasi tentang semua produk dan jasa | | | | | |
| 2 | Konsumen mendapatkan informasi harga untuk memiliki sebuah produk dan jasa | | | | | |
| 3 | Konsumen mendapatkan informasi mengenai kapan dan dimana membeli sebuah produk | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| 4 | Konsumen mendapatkan informasi tentang pemakaian dan penggunaan sebuah produk | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Lampiran III

SKOR HASIL PENGUMPULAN ANKET RESPONDEN

| X1 | | | | | | X2 | | | | | | X3 | | | | | X4 | | | | | Y | | | | | |
|------|------|------|------|------|-------|------|------|------|------|------|-------|------|------|------|------|-------|------|------|------|------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | TOTAL | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | TOTAL | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | TOTAL | X4.1 | X4.2 | X4.3 | X4.4 | TOTAL | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | TOTAL |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 15 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|---|----|
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 17 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 23 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 20 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 20 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 21 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|---|----|
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 17 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 19 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 4 | 3 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 21 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 2 | 4 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 3 | 5 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|---|----|
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 20 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 20 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 3 | 4 | 2 | 3 | 5 | 17 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 | 3 | 2 | 2 | 2 | 9 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 3 | 4 | 5 | 4 | 2 | 18 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 19 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 23 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 21 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 16 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 21 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 23 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 20 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|---|----|
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Uji Validitas

VARIABEL X1

| | | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 | total |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| x1.1 | Pearson Correlation | 1 | .385** | .669** | .646** | .566** | .808** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x1.2 | Pearson Correlation | .385** | 1 | .517** | .464** | .570** | .742** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x1.3 | Pearson Correlation | .669** | .517** | 1 | .663** | .540** | .846** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x1.4 | Pearson Correlation | .646** | .464** | .663** | 1 | .510** | .811** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x1.5 | Pearson Correlation | .566** | .570** | .540** | .510** | 1 | .800** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| total | Pearson Correlation | .808** | .742** | .846** | .811** | .800** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

VARIABEL X2

Correlations

| | | x2.1 | x2.2 | x2.3 | x2.4 | x2.5 | total |
|------|---------------------|------|--------|--------|--------|--------|--------|
| x2.1 | Pearson Correlation | 1 | .524** | .646** | .657** | .620** | .851** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

| | | | | | | | |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| x2.2 | Pearson Correlation | .524** | 1 | .490** | .619** | .492** | .749** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x2.3 | Pearson Correlation | .646** | .490** | 1 | .654** | .633** | .834** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x2.4 | Pearson Correlation | .657** | .619** | .654** | 1 | .582** | .857** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x2.5 | Pearson Correlation | .620** | .492** | .633** | .582** | 1 | .811** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| total | Pearson Correlation | .851** | .749** | .834** | .857** | .811** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

VARIABEL X3

Correlations

| | | x3.1 | x3.2 | x3.3 | x3.4 | total |
|------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| x3.1 | Pearson Correlation | 1 | .700** | .587** | .620** | .844** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x3.2 | Pearson Correlation | .700** | 1 | .623** | .663** | .878** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x3.3 | Pearson Correlation | .587** | .623** | 1 | .667** | .841** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

| | | | | | | |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| x3.4 | Pearson Correlation | .620** | .663** | .667** | 1 | .860** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| total | Pearson Correlation | .844** | .878** | .841** | .860** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

VARIABEL X4

Correlations

| | | x4.1 | x4.2 | x4.3 | x4.4 | total |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| x4.1 | Pearson Correlation | 1 | .435** | .532** | .486** | .774** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x4.2 | Pearson Correlation | .435** | 1 | .511** | .500** | .751** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x4.3 | Pearson Correlation | .532** | .511** | 1 | .684** | .853** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x4.4 | Pearson Correlation | .486** | .500** | .684** | 1 | .830** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| total | Pearson Correlation | .774** | .751** | .853** | .830** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

VARIABEL Y

Correlations

| | | y.1 | y.2 | y.3 | y.4 | y.5 | total |
|-----|---------------------|-----|-------|-------|-------|--------|--------|
| y.1 | Pearson Correlation | 1 | .221* | .242* | .230* | .264** | .609** |
| | Sig. (2-tailed) | | .027 | .015 | .021 | .008 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

| | | | | | | | |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| y.2 | Pearson Correlation | .221* | 1 | .276** | .323** | .303** | .615** |
| | Sig. (2-tailed) | .027 | | .005 | .001 | .002 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| y.3 | Pearson Correlation | .242* | .276** | 1 | .562** | .258** | .695** |
| | Sig. (2-tailed) | .015 | .005 | | .000 | .010 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| y.4 | Pearson Correlation | .230* | .323** | .562** | 1 | .421** | .758** |
| | Sig. (2-tailed) | .021 | .001 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| y.5 | Pearson Correlation | .264** | .303** | .258** | .421** | 1 | .667** |
| | Sig. (2-tailed) | .008 | .002 | .010 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| total | Pearson Correlation | .609** | .615** | .695** | .758** | .667** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

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

Uji Realibilitas

X1

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .859 | .861 | 5 |

X2

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| | |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .879 | 5 |

X3

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .878 | .878 | 4 |

X4

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .815 | 4 |

Y

Reliability Statistics

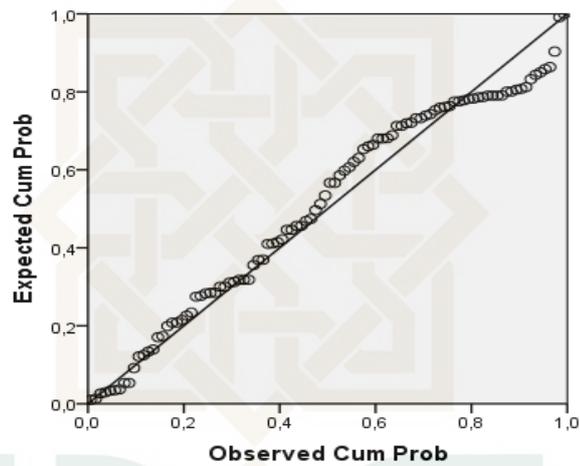
| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .689 | 5 |

Uji Normalitas

Analisa Grafik

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA



Analisis Statistik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|--------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^a | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 1,52930033 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,103 |
| | Positive | ,103 |
| | Negative | -,086 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1,028 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,241 |

a. Test distribution is Normal.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

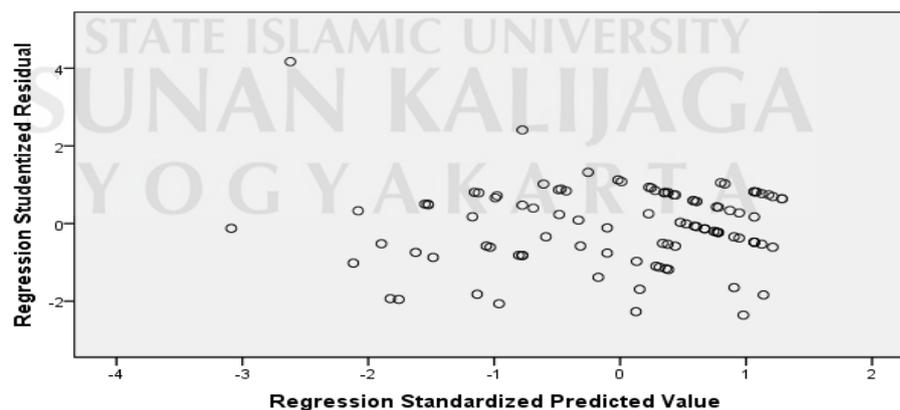
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| | | | | | | | |
| 1 (Constant) | 11,394 | 1,438 | | 7,923 | ,000 | | |
| CITRA PERUSAHAAN | ,116 | ,112 | ,153 | 1,041 | ,301 | ,275 | 3,633 |
| KUALITAS LAYANAN | ,240 | ,107 | ,322 | 2,249 | ,027 | ,291 | 3,435 |
| KUALITAS PRODUK | ,269 | ,127 | ,317 | 2,121 | ,037 | ,267 | 3,750 |
| PENGETAHUAN KONSUMEN | -,098 | ,130 | -,099 | -,756 | ,451 | ,349 | 2,862 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA

Uji Heterokedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA



Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized | t | Sig. |
|----------------------|-----------------------------|------------|--------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Coefficients | | |
| | | | Beta | | |
| (Constant) | 3,615 | ,845 | | 4,280 | ,000 |
| CITRA PERUSAHAAN | -,106 | ,066 | -,301 | -1,611 | ,111 |
| KUALITAS LAYANAN | -,008 | ,063 | -,024 | -,130 | ,897 |
| KUALITAS PRODUK | ,063 | ,075 | ,161 | ,849 | ,398 |
| PENGETAHUAN KONSUMEN | -,058 | ,076 | -,127 | -,764 | ,447 |

a. Dependent Variable: RES2

Uji Regresi Linear Berganda**Coefficients^a**

| Model | Unstandardized Coefficients | Std. Error | Standardized | t | Sig. |
|----------------------|-----------------------------|------------|--------------|-------|------|
| | | | Coefficients | | |
| | | | Beta | | |
| 1 (Constant) | 11,394 | 1,438 | | 7,923 | ,000 |
| CITRA PERUSAHAAN | ,116 | ,112 | ,153 | 1,041 | ,301 |
| KUALITAS LAYANAN | ,240 | ,107 | ,322 | 2,249 | ,027 |
| KUALITAS PRODUK | ,269 | ,127 | ,317 | 2,121 | ,037 |
| PENGETAHUAN KONSUMEN | -,098 | ,130 | -,099 | -,756 | ,451 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA

Uji F**ANOVA^b**

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 177,853 | 4 | 44,463 | 18,243 | ,000 ^a |
| Residual | 231,537 | 95 | 2,437 | | |
| Total | 409,390 | 99 | | | |

a. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN KONSUMEN, CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA

Uji R²

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,659 ^a | ,434 | ,411 | 1,561 |

a. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN KONSUMEN, CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK

Uji t

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 11,394 | 1,438 | | 7,923 | ,000 |
| | CITRA PERUSAHAAN | ,116 | ,112 | ,153 | 1,041 | ,301 |
| | KUALITAS LAYANAN | ,240 | ,107 | ,322 | 2,249 | ,027 |
| | KUALITAS PRODUK | ,269 | ,127 | ,317 | 2,121 | ,037 |
| | PENGETAHUAN KONSUMEN | -,098 | ,130 | -,099 | -,756 | ,451 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA

Lampiran V



CURRICULUM VITAE

NAMA : ACHMAD BALYA AL HAKIM
JENIS KELAMIN : LAKI-LAKI
TEMPAT TANGGAL LAHIR : KEDIRI, 18 DESEMBER 1993
AGAMA : ISLAM
ALAMAT : DS. REMBANG, KEC. NGADILUWIH
KAB. KEDIRI, JAWA TIMUR
EMAIL : balyaachmad6@gmail.com
NO.HP : 085333551599
ORANG TUA
AYAH : AHMAD ROISUDIN
IBU : ALFIYAH
ALAMAT : DS. REMBANG, KEC. NGADILUWIH
KAB. KEDIRI, JAWA TIMUR

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN REMBANG II
2. MTSN KOTA KEDIRI I
3. MAN KOTA KEDIRI III
4. UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA