

PENGARUH PREMI DAN PRODUK ASURANSI TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PT ASURANSI TAKAFUL PEKANBARU

Oleh

Fauziah³, Mahyarni², Julina³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: fauziah@gmail.com

Abstrak

Penurunan dari tahun ke tahun nasabah Asuransi Takaful di Pekanbaru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh premi asuransi terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Pekanbaru. Penelitian ini, merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan kuantitatif, penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial baik individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Terdapat pengaruh yang signifikan antara Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dengan variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru. Hal ini, didasarkan pada hasil uji t pada uji regresi. Yaitu bahwa variabel Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru mempengaruhi Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru. Hal ini didasarkan pada hasil uji t tersebut, dimana nilai signifikansinya 0.025 lebih kecil dari 0.05.

Kata Kunci: Premi, Asuransi, Nasabah, PT Asuransi Takaful Pekanbaru

PENDAHULUAN

Setiap individu maupun kelompok, dalam hidupnya selalu dihadapkan pada peristiwa yang tidak terduga dimasa depannya.¹ Hal itu semua, bisa jadi akan berdampak pada kerugian baik bagi perorangan maupun kelompok atau perusahaan. Banyak orang kemudian berupaya menghindari atau setidaknya meminimalisir resiko-resiko yang akan terjadi di masa depan. Tujuannya agar merasa aman dan hidup tenang. Risiko yang datang kepada seseorang tidak dapat dihindarkan, sehingga peluang risiko menjadi suatu kemungkinan yang bisa terjadi secara tidak terduga dan tidak diinginkan.² Usaha dan upaya manusia untuk

menghindari risiko dilakukan dengan cara melimpahkannya kepada pihak lain, maka pilihan yang paling tepat terdapat pada institusi yang bernama asuransi, baik asuransi konvensional maupun asuransi syariah. Artinya, Asuransi menjadi pilihan yang paling rasional untuk meminimalisir berbagai kemungkinan terjadinya resiko di masa depan.³ Oleh sebab itu, kebutuhan akan jasa asuransi saat ini semakin dirasakan, baik oleh perorangan maupun dunia usaha.

Hal itu, dipertegas oleh Mehr & Cammack, bahwa produk asuransi merupakan salah satu bentuk pengalihan risiko (*transfer of risk*).⁴ Hal ini karena asuransi memiliki mekanisme untuk melindungi pihak

¹ Lihat Herry Laksono, dkk, *Kesehatan untuk Semua: Strategi Diplomasi Kesehatan Global Indonesia*, (Jakarta: Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2018), h. i-ii

² Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada), h. 277

³ Bahkan risiko-resiko tidak bisa dihindari atau dihilangkan, akan tetapi risiko dapat dikurangi atau diperkecil atau dialihkan. Lihat Z. V. Chumaida, *Risiko dalam perjanjian asuransi jiwa*. (Medan: PT Revka Petra Media, 2013), h. 2

⁴ Cindy Wahono dan Pwee Len, Pengaruh Literasi Keuangan dan Risk Attitude terhadap

tertanggung jika terjadi risiko kerugian finansial di masa yang akan datang. Sebagai konsekuensinya, pihak tertanggung harus melakukan pembayaran sejumlah uang (premi) sebagai ganti rugi atas pembayaran kontribusi dari pihak penanggung (perusahaan asuransi).⁵

Begitu juga dalam Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No. 21/DSN-MUI/X/2001 tentang Pedoman Umum Asuransi Syari'ah, menyatakan dengan jelas bahwa dalam menyongsong masa depan dan upaya mengantisipasi kemungkinan terjadinya risiko dalam kehidupan ekonomi yang akan dihadapi, perlu dipersiapkan sejumlah dana tertentu sejak dini. Salah satu upaya untuk memenuhi kebutuhan dana tersebut, menurut fatwa tersebut, adalah dapat dilakukan melalui asuransi. Tentu saja, asuransi yang dimaksudkan adalah asuransi yang status hukum maupun cara aktivitasnya sejalan dengan prinsip-prinsip syariah.⁶

Para ahli fiqih terkini, seperti Wahbah Az-Zuhaili, mendefinisikan asuransi syariah sebagai *at-ta'min at-ta'awuni* (asuransi yang bersifat tolong-menolong),⁷ yaitu kesepakatan beberapa orang untuk membayar sejumlah uang sebagai ganti rugi ketika salah seorang diantara mereka ditimpa musibah.⁸ Musibah itu dapat berupa kematian, kecelakaan, sakit, kecurian, kebakaran, atau bentuk-bentuk kerugian lainnya.⁹ Hal ini dilandaskan kepada berdasarkan Al-Qur'an surah Al-Maidah: 2, yaitu:

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانَ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya : “Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan janganlah tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya” (Q.S Al-Maidah: 2).¹⁰

Ayat tersebut, menurut Quraish Shihab, bahwa *isti'annah* itu sama dengan memohon sebuah pertolongan yang kadang mengalami kendala atau terhalang. Bahkan sulit meraih apa yang kita mohonkan tersebut kecuali melalui bantuan. Tentunya sebelum meminta pertolongan, maka terlebih dahulu dipersiapkan sarana pencapaiannya, misalnya meminjamkan alat yang dibutuhkan atau berpartisipasi dalam aktivitas baik itu hubungannya dengan tenaga, pikiran, nasehat bahkan hal-hal yang berkaitan dengan harta benda.¹¹ Ayat ini, kemudian dipertegas oleh sabda Nabi sebagai berikut:

حَدَّثَنَا خَلَّادُ بْنُ يَحْيَى قَالَ حَدَّثَنَا سُفْيَانُ عَنْ أَبِي بُرْدَةَ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ أَبِي بُرْدَةَ عَنْ حَدِيثِهِ عَنْ أَبِي مُوسَى عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّ الْمُؤْمِنَ لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضًا وَشَبَّكَ أَصَابِعَهُ

Telah menceritakan kepada kami [Khallad bin Yahya] berkata, telah

Kepemilikan Asuransi Jiwa, *Jurnal Administrasi Bisnis [JAB]*, Vol 18 No 1 Juli 2022

⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar pemasaran bank syariah* (2nd ed.). Alfabeta, 2012. Arif, 2012), h. 32

⁶ Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No. 21/DSN-MUI/X/2001, di download dari <http://www.mui.or.id>, tanggal 20 Juli 2023 pukul 20.20

⁷ Dalam bahasa Arab asuransi disebut *at-ta'min*, penanggung, sedangkan tertanggung disebut *mu'amman lahu/musa'min*. *At ta'min* di ambil dari kata *amana* memiliki arti memberi perlindungan, ketenangan, rasa aman, dan bebas dari rasa takut. Lihat

Muhammad Sakir Sula, *Asuransi Syariah (Life And General)*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), h. 28

⁸ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu* 5, terj. Abdul Hayyie al-Kattani (Jakarta: Gema Insani, 2011), 105-111.

⁹ Khoiril Anwar, *Asuransi Syariah Halal & Maslahat* (Solo: Tiga serangkai, 2007), h. 19

¹⁰ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Syarefa Publishing, 2013) hlm. 106

¹¹ M.Quraish Shihab, *Tafsir al-Misbah: Pesan, Kesan, dan keserasian al-Qur'an*, Jilid II (Cet. V: Jakarta: Lentera Hati, 2012). hlm. 68.

menceritakan kepada kami [Sufyan] dari [Abu Burdah bin 'Abdullah bin Abu Burdah] dari [Kakeknya] dari [Abu Musa] dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam, beliau bersabda: "Sesungguhnya seorang mukmin dengan mukmin lainnya seperti satu bangunan yang saling menguatkan satu sama lain." kemudian beliau menganyam jari jemarinya."¹²

Dalam perintah Allah SWT dan Rasul-Nya tersebut, menegaskan secara jelas untuk saling membantu antar sesama umat Islam, meskipun masih bersifat umum, adapun pelaksanaannya, sebagian umat Islam kemudian merumuskan konsep *ta'awun* melalui asuransi. Karena ia berkaitan dengan konsep kemashlahatan umat itu sendiri, yaitu agar senantiasa menjaga dirinya, menjaga keluarga dan saudara sesama muslim, menjaga hartanya, menjaga hari depannya.¹³

Tidak heran jika kemudian, Industri asuransi syariah terus berkembang dan mengalami pertumbuhan yang cukup baik di Indonesia. Bahkan minat masyarakat terhadap proteksi asuransi syariah tiap tahunnya kian meningkat. Hal tersebut dibuktikan dengan terus bertumbuhnya kontribusi dan klaim bruto sejak Oktober 2015-2022, meskipun pada tahun 2022 klaim bruto sempat turun sebesar 6,65% yang semula 16.563 Miliar Rupiah menjadi 15.461 Miliar Rupiah. Salah satu faktor penyebab turunnya klaim bruto tersebut adalah mulai meredanya penyebaran COVID-19, di samping itu pemerintah juga menggencarkan vaksinasi COVID-19 sehingga klaim masyarakat kian menurun. Hal tersebut juga dicerminkan oleh peningkatan drastis klaim bruto pada tahun 2020-2021,

yang mana pada saat itu kasus COVID-19 sedang tinggi di Indonesia.

Pada Oktober 2022, tercatat nilai kontribusi bruto mencapai 21.546 Miliar Rupiah atau tumbuh sebesar 0,15% dari bulan September 2022 (*month-to-month*) dan tumbuh sebesar 15,44% dari Oktober 2021 (*year-on-year*). Nilai tersebut didominasi oleh asuransi jiwa syariah yang mencatatkan kontribusi bruto sebesar 17.856 Miliar Rupiah atau 82,87%, diikuti oleh asuransi umum syariah sebesar 2.414 Miliar Rupiah atau 11,20% dan reasuransi syariah sebesar 1.276 Miliar Rupiah atau 5,92%. Sementara itu pada Oktober 2022, tercatat klaim bruto memiliki nilai sebesar 15.461 Miliar Rupiah atau tumbuh sebesar 6,86% dari bulan September 2022 (*month-to-month*) dan turun sebesar 6,65% dari Oktober 2021 (*year-on-year*). Nilai tersebut didominasi oleh asuransi jiwa syariah yang mencatatkan klaim bruto sebesar 13.722 Miliar Rupiah atau 88,75%, diikuti oleh reasuransi syariah sebesar 1.085 Miliar Rupiah atau 7,02%, dan asuransi umum syariah sebesar 655 Miliar Rupiah atau 4,24%.¹⁴

Perusahaan asuransi syariah juga mengalami pertumbuhan yang cukup baik. Pada tahun 2013-2014, jumlah perusahaan asuransi syariah berjumlah 49 perusahaan. Kemudian ditahun 2015-2017 dari 49 jumlah perusahaan bertambah sebanyak 13 perusahaan total perusahaan asuransi di tahun 2017 yaitu sebanyak 63 perusahaan. Namun pada tahun 2018-2022, jumlah perusahaan asuransi perlahan mengalami penurunan jumlah sebanyak 5 sehingga pada tahun 2022 jumlah perusahaan asuransi syariah menjadi 58.¹⁵ Meskipun jumlahnya cukup signifikan,

¹² Muhammad bin Isma'il al-Bukhari, *Sahih al-Bukhari*, Kitab *al-Iman* bab *al-Muslim Man Salim al-Muslimun min Lisan*, Jilid .I (Riyad: Dar 'Alam al-Kutub, 1996), h. 459

¹³ Leliya dan maya kurniasari, "Minat Masyarakat Berasuransi Syariah Di Asuransi Prudential", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 2, (2016), h. 4

¹⁴ Asosiasi Ansuransi Syariah Indonesia (AASI), *Review Data Perkembangan Industri Asuransi Syariah*, di download dari <https://aasi.or.id>, pada tanggal 20 Juli 2023 Pukul 22.51

¹⁵ Lutfiah Nur Azizah, dkk, Analisis Perbandingan Perkembangan Jumlah Perusahaan Asuransi Syariah Dengan Asuransi Konvensional di Indonesia Periode 2013-2022, *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Volume 1, Nomor 4, Mei 2023

namun demikian Asuransi Syariah menunjukkan perkembangan tersebut masih relative lamban.¹⁶ Ketua Umum Asosiasi Asuransi Syariah, Ahmad Sya'roni mengatakan bahwa di tahun 2018 jumlah populasi di Indonesia mencapai 265 juta jiwa. Sebanyak 230 juta jiwa diantaranya merupakan penduduk muslim. Dari angka tersebut, sekitar 85 juta jiwa merupakan usia milenial. Sementara itu, pemegang polis asuransi syariah hanya mencapai 5,6 juta jiwa hingga akhir tahun 2018 atau sekitar 2% dari total penduduk muslim. Padahal disisi lain Indonesia juga merupakan penerbit sukuk terbesar di dunia, dengan *underlying asset* sesuai syariah. Indonesia juga merupakan salah satu pengirim jamaah haji dan umrah terbesar dunia dan banyak pula lembaga keuangan yang dikonversi ke syariah. Akan tetapi, potensi pasar syariah yang besar tersebut tidak berbanding lurus dengan permintaan masyarakat akan asuransi syariah baik itu seperti premi (kontribusi bruto) maupun asset, yang terus berada pada kisaran 5- 6% terhadap industri asuransi dan reasuransi.¹⁷

Di Pekanbaru sendiri, dari 1,122 juta jumlah penduduknya,¹⁸ yang menjadi nasabah atau tertarik menjadi anggota asuransi syariah hanya 641 orang, yang tersebar pada PT. Asuransi Takaful Keluarga, PT. Asuransi Sunlife Syariah, dan PT. Asuransi Bumiputera Syariah. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada table sebagai berikut ini:

Tabel 1. Data Jumlah Nasabah Asuransi Syariah di Pekanbaru¹⁹

No	Nama Asuransi	Tahun			Jumlah
		2017	2018	2019	
1	PT. Asuransi Takaful Keluarga	63	56	82	201
2	PT. Asuransi Sunlife Syariah	101	113	98	312
3	PT. Asuransi Bumiputera Syariah	40	46	42	128
Jumlah		204	215	222	641

Dari sisi produk, Asuransi Takaful Pekanbaru memiliki tawaran yang lebih menarik dibandingkan dengan asuransi syariah lainnya. Setidaknya ada 5 produk yang ditawarkan oleh asuransi ini. Hal ini, dapat dilihat pada table berikut ini.

Tabel 2. Data Jumlah Nasabah Asuransi Syariah di Pekanbaru²⁰

No	Jenis produk	Jumlah Polis					
		2014	2015	2016	2017	2018	2019
	Takafulink salam Cendekia Salam Community	60	41	3	3	2	6
	Fulnadi Takafulink Salam	44	27	67	18	13	23
	Non saving	10	1	58	20	25	15
	Ziarah Baitullah	14	16	4	5	55	13
		68	52	5	2	5	12
	Jumlah	-	10	14	2	6	3
		41	35	16	7	3	4
		63	56	82	204	215	222

Dari table tersebut, terlihat jelas adanya penurunan dari tahun ke tahun nasabah Asuransi Takaful di Pekanbaru. Terahir tahun 2019 sebanyak 82 orang pemegang polis, dalam memilih produk yang ditawarkan oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru. Kemudian tahun 2020

¹⁶ Herry Ramadhani, "Prospek Dan Tantangan Perkembangan Asuransi Syariah Di Indonesia", *Jurnal Al-Tijary*, Vol. 1, No. 1, (2015), h. 57-66

¹⁷ Azizah Nur Alfi dan Loe Dwi Jatmiko, "Perkembangan IKNB: Jalan Berliku Industri Asuransi Syariah", dikutip dari <https://m.bisnis.com/sumatra/read/20181204/444/865958/perkembangan-iknb-jalan-berliku-industri-asuransi-syariah>, (Diakses pada tanggal 20 Juli 2023).

¹⁸ Data Statistik tahun 2019

¹⁹ Ahmad, Husni Thamrin, & Zulfikar, Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Asuransi Syariah Di Kota Pekanbaru, *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, Volume 5 Nomor 1, Mei 2022

²⁰ Ermayanis, Nurse Fatimah MZ, Pengaruh Promosi terhadap Penjualan Polis Asuransi Syariah, *Al-Muqayyad*, Vol 3 No 2 (2020)

berjumlah 75 nasabah, dan ditahun 2021 hanya sebanyak 76 nasabah yang memastikan membeli polis asuransi Takaful di Pekanbaru.

Kepastian seseorang dalam mengambil keputusan pembelian merupakan bentuk pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk barang atau jasa diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan.²¹ Faktor lain yang dapat mempengaruhi keinginan seseorang dalam memutuskan dan menggunakan asuransi yang berbasis syariah antara lain faktor religiusitas, produk, harga premi, pendapatan, lokasi, dan kelompok referensi.²² Selanjutnya, banyak riset yang kemudian mengemukakan hasilnya terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam memilih atau menjadi nasabah asuransi. Penelitian yang dilakukan Ayyubi,²³ Burić, Smolović, Božović, & Filipović,²⁴ Sherif dan Shaairi,²⁵ dan Prihantoro, Basuki, & Iskandar,²⁶ menunjukkan bahwa Produk Domestik Bruto (PDB) berpengaruh positif terhadap permintaan asuransi. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Akhter, Pappas, & Khan menunjukkan PDB berpengaruh negatif

terhadap permintaan asuransi konvensional dan syariah.²⁷

Dari beberapa riset di atas, maka penulis mencoba melihat dan focus pada faktor harga atau premi dan produk asuransi. Artinya premi diduga mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Asuransi Takaful Keluarga adalah harga. Sedangkan pengertian premi adalah bayaran asuransi atau harga sebagai jaminan penanggung asuransi untuk bertanggung jawab, hal itu tidak perlu dibayar lebih dahulu karena biasanya oleh penanggung asuransi dijadikan sebagai satu syarat yaitu perjanjian akan berlaku hanya setelah premi di bayar. Premi lazimnya berbentuk pembayaran sewa dengan uang dan diartikan sebagai, satu harga yang dibayar cukup untuk risiko.²⁸

Dalam asuransi syariah, harga dapat disebut sebagai premi. dalam menentukan berapa banyak premi yang akan dibayar oleh calon nasabah maka akan ditentukan berdasarkan persentase jumlah pertanggungan, yang mana persentase tersebut memberikan gambaran penanggung akan risiko yang ditujukan kepadanya, penilaian pertanggungan berbeda-beda, karena dipengaruhi oleh adanya hukum permintaan dan penawaran.²⁹ Hubungan antara premi

²¹ Sutisna, *Prilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), h. 15

²² Leliya dan maya kurniasari, "Minat Masyarakat Berasuransi Syariah Di Asuransi Prudential", Cirebon: Dosen Fakultas Syaria'ah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 2, (2016), h. 5

²³ Salahuddin El Ayyubi, W Widyastutik, A. Anditta, The Impact of Macroeconomic Indicators on Islamic Insurance Demand in Indonesia. *Al-iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*. Vol 11, No 2 (2019)

²⁴ M. N. Burić., J. C. Smolović., M. L. Božović & A. L. Filipović, Impact of economic factors on life insurance development in Western Balkan Countries. *Proceedings of Rijeka Faculty of Economics, Journal of Economics and Business*, Vol. 35, No. 2, 2015, pp. 331-352

²⁵ M. Sherif., & N. A. Shaairi. Determinants of demand on family Takaful in Malaysia. *Journal of*

Islamic Accounting and Business Research, 4, (2013). 26–50

²⁶ Prihantoro, Basuki, I., & Iskandar, K.. Analisis Faktor-Faktor Makro Ekonomi dan Demografi Terhadap Fungsi Permintaan Asuransi Jiwa di Indonesia. *Jurnal Asuransi dan Manajemen Risiko*, 1, No. 1 (Februari) 2017, 16– 41.

²⁷ W. Akhter., V. Pappas., & S. Ullah. Research in International Business and Finance Full length Article A comparison of Islamic and conventional insurance demand: Worldwide evidence during the Global Financial Crisis. *Research in International Business and Finance*, vol. 42, issue C, 1401-1412

²⁸ Mohammad, *Asuransi Dalam Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h.

²⁹ Muhammad Heri Santoso, "Pengaruh Promosi, Premi, Pendapatan Nasabah, Dan Tingkat Pendidikan Nasabah Terhadap Permintaan Asuransi Pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning", Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Skripsi, (2016), h. 4

dengan keputusan nasabah yaitu premi mempengaruhi keputusan nasabah dalam melakukan pembelian atau memilih produk barang atau jasa, semakin tinggi premi maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika premi rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi.³⁰

Hal ini, diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Intan Hidayatillah, dkk, dengan menyatakan bahwa harga premi berpengaruh positif signifikan terhadap ketetapan nasabah dalam memilih Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912, dengan asumsi bahwa harga harus berbanding lurus dengan manfaat yang diberikan melalui produk yang dipasarkan sehingga memberikan pengaruh yang positif bagi nasabah untuk membelinya kembali. Bagi calon nasabah, harga yang terjangkau adalah gambaran dalam menilai suatu produk semakin terjangkau harga yang diberikan semakin mempengaruhi minat calon nasabah untuk membeli produk asuransi syariah.³¹

Selain itu, pengambilan keputusan seorang nasabah atau pembeli, juga dipengaruhi oleh produk yang ditawarkan. Salah satu keputusan yang sulit dihadapi suatu perusahaan adalah menciptakan kualitas produk yang baik. Banyak pesaing yang juga memiliki kualitas produk yang baik, menjadikan perusahaan harus selalu berinovasi dalam memberikan produk yang terbaik.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kuat Ismanto menyebutkan bahwa produk menjadi salah satu factor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah, dalam memilih asuransi syariah. Produk merupakan

factor penentu dalam pengambilan keputusan oleh konsumen. Dengan asumsi bahwa, semakin tinggi kualitas dan manfaat suatu produk, maka akan sangat mempengaruhi minat seseorang dalam memutuskan untuk membeli tidaknya produk tersebut. Sehingga hal ini juga menandakan bahwa rasionalitas peserta asuransi akan produk tidak bisa dikesampingkan.³²

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh premi asuransi terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Pekanbaru
- b. Untuk mengetahui pengaruh produk asuransi terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Pekanbaru.
- c. Untuk mengetahui pengaruh premi asuransi dan produk asuransi terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Asuransi Takaful keluarga Pekanbaru.

LANDASAN TEORI

Asuransi

Asuransi dalam sudut pandang ekonomi merupakan metode untuk mengurangi resiko dengan jalan memindahkan dan mengkombinasikan ketidakpastian akan adanya kerugian keuangan. Menurut pandangan bisnis asuransi adalah perusahaan yang usaha utamanya adalah menerima atau menjual jasa, pemindahan resiko dari pihak lain dan mempeoleh keuntungan dengan berbagai resiko diantara sejumlah nasabahnya.³³

³⁰ Philip Kotler & Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Prehallindo, 2005), h. 187

³¹ Intan Hidayatillah, dkk. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi, Dan Harga Premi Asuransi Terhadap Keputusan Pemegang Polis Dalam Memilih Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 (Studi Kasus Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 Kantor

Cabang Askum Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 4, No. 1, 2015, h. 12

³² Kuat Ismanto, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah Di Pekalongan", *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 14, No. 1, (2016), h. 25-26

³³ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 250

Asuransi Syari'ah

Dalam Ensiklopedia Hukum Islam disebutkan bahwa asuransi adalah transaksi perjanjian antara dua pihak, pihak yang satu berkewajiban membayar iuran dan pihak yang lain berkewajiban memberikan jaminan sepenuhnya kepada pembayar iuran jika terjadi sesuatu yang menimpa pihak pertama sesuai dengan perjanjian yang dibuat.³⁴

Premi Asuransi

Dalam bahasa Inggris premi berarti *premium* yaitu uang angsuran kepada perusahaan asuransi.³⁵ Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Premi adalah uang yang harus dibayarkan kepada waktu tertentu oleh yang memperoleh ganti rugi.³⁶

Perhitungan Tarif Premi

Penetapan tarif premi asuransi tidak ditentukan oleh pemerintah, karena diserahkan kepada mekanisme pasar yang berlaku. Namun pada dasarnya tarif premi menurut aturan pemerintah harus memenuhi unsur beberapa hal sebagai berikut; *Pertama*, Penetapan tarif premi harus dilakukan dengan memperhitungkan berdasarkan profil kerugian untuk jenis asuransi yang bersangkutan sekurang – kurangnya 5 tahun terakhir, biaya perolehan termasuk komisi agen serta biaya administrasi dan biaya umum lainnya; dan *Kedua*, Tarif premi ditetapkan pada tingkat yang mencukupi, tidak melebihi dan ditetapkan secara diskriminatif. Demikian tidak boleh berlebihan sehingga tidak sebanding dengan manfaat yang dijanjikan.

Keputusan Pembeli

Menurut Kotler dan Armstrong mendefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku

konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.³⁷

Pengaruh Produk Asuransi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Produk menurut Supranto dan Limakrisna ialah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang. Sedangkan Adisaputro menyatakan bahwa Produk merupakan segala sesuatu yang dapat menjadi kebutuhan seseorang dan dapat dimanfaatkan serta diperjualbelikan ke pasar agar dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan. Produk memiliki nilai tersendiri bagi pemakainya hal ini tergantung dari seberapa terpenuhinya kebutuhan seseorang akan produk yang ditawarkan.³⁸

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini, merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan kuantitatif, penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial baik individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif.³⁹

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Asuransi Takaful Keluarga yang beralamat di Jl. Todak No.1, Tangkerang Barat., Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Riau 28124. Waktu

³⁴ Muhammad Ajib, *Asuransi Syariah*, (Jakarta: Rumah Fiqih Publishin, 2019) h.41

³⁵ Salim Ninth Collegiate, *English-Indonesia Dictionary*, (Jakarta: Moderen English Press), Edisi ke-1, h. 139

³⁶ Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), cet2,h. 700

³⁷ Phillip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran 2*. Edisi kedua belas. (Jakarta: Erlangga, 2018), h. 177

³⁸ Santri Zulaicha, Rusda Irawati, "Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam", *Jurnal Inovasi Dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2, (2016), h. 125

³⁹ Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif dan kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 11.

penelitian mulai dilakukan pada bulan Juli 2023 sampai dengan selesai.

Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek penelitian adalah individu yang ikut serta dalam penelitian.⁴⁰ Dalam penelitian ini, yang menjadi subyek penelitian adalah seluruh nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga di Kota Pekanbaru. Sementara obyek dari penelitian ini adalah yang menjadi variable penelitian, yaitu premi asuransi (X_1) produk asuransi (X_2), dan Keputusan menjadi nasabah (Y).

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuh-tumbuhan dan peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu dalam sebuah penelitian.⁴¹ Populasi juga dapat diartikan keseluruhan objek yang ingin diteliti. Penelitian ini populasinya seluruh nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga di Kota Pekanbaru tahun 2023 sebanyak 62 Orang.

Teknik Analisis Data

Dalam pengolahan data yang telah diperoleh, penulis menggunakan *analisis regresi dua prediktor* (kuantitatif), yaitu untuk menganalisis seberapa besar ketergantungan variabel terpengaruh yaitu variabel premi asuransi (X_1) produk asuransi (X_2), dan Keputusan menjadi nasabah (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah dan Perkembangan Asuransi Syariah

Tidak dapat disangkal bahwa keberadaan asuransi syariah tidak dapat dilepaskan dari keberadaan asuransi

konvensional yang telah ada sejak jaman lama. Sebelum terwujudnya asuransi syariah, terdapat berbagai macam perusahaan asuransi konvensional, hukumnya haram. Hal ini dikarenakan dalam operasional asuransi konvensional mengandung unsur gharar, maysir, dan riba. Pendapat ini disepakati oleh banyak ulama terkenal seperti Yusuf al-Qardawi, Sayid Sabiq, Abdullah al-Qalqili, Muhamad Bakhil al-Muth'i, Abdul Wahab Khalaf, Muhamad Yusuf Musa, Abdurrahman Isa, Mustafa Ahmad Zarqa, dan Muhamad Nejatullah Siddiqi. Namun demikian, karena alasan kemaslahatan atau kepentingan umum sebagian dari mereka membolehkan beroperasinya asuransi konvensional.⁴²

Temuan Khusus Penelitian

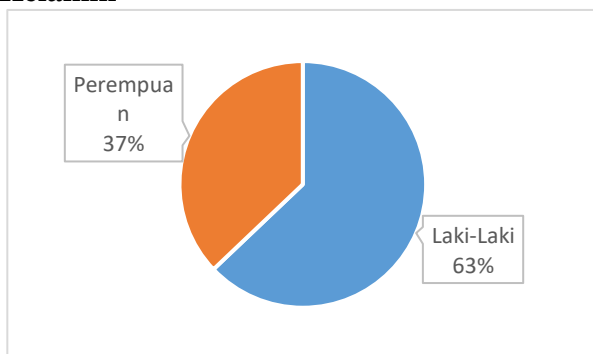
Berdasarkan jenis kelamin, responden dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

⁴⁰ Ibnu Hajar, *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif dalam Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), hlm. 62.

⁴¹ Hermawan Rasito, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1992), h.

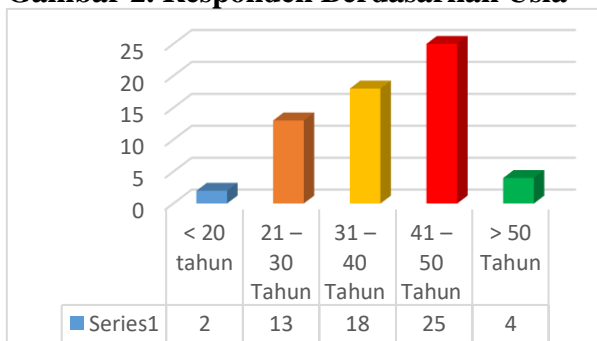
⁴² Gemala Dewi, *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia*, Cet ke-4, (Jakarta: Prenada Media Group, 2004), 138

Gambar 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa dari 62 responden dalam penelitian ini sebanyak 63% atau sebanyak 39 orang responden berjenis kelamin laki-laki dan 37% atau sebanyak 23 orang responden berjenis kelamin perempuan. Adapun karakteristik responden berdasarkan usia responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut;

Gambar 2. Responden Berdasarkan Usia



Berdasarkan Tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa responden yang berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 2 orang atau 3,23%, antara 21-30 tahun 13 orang atau 20,97%; antara 31-40 tahun sebanyak 18 orang atau 29,03%; usia antara 41-50 tahun sebanyak 25 orang atau 40,32% sedangkan yang berusia lebih dari 5 tahun hanya 4 orang atau 6,45%.

1. Analisis Data

a. Uji Homogenitas

Dalam statistik uji homogenitas digunakan untuk mengetahui varian dari beberapa populasi sama atau tidak. Uji ini biasanya dilakukan sebagai prasyarat dalam analisis *Independent Sampel T Test* dan

Anova. Asumsi yang mendasari dalam *Analisis of varians* (ANOVA) adalah bahwa varian dari beberapa populasi adalah sama.

Seperti pada uji statistik lainnya, uji homogenitas digunakan sebagai bahan acuan untuk menentukan keputusan uji statistik. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji homogenitas adalah jika nilai signifikansi < 0,05, maka dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah tidak sama. Sementara jika nilai signifikansi > 0,05, maka dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah sama.

Adapun hasil perhitungan dari uji homogenitas ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Rangkuman Analisis Uji Homogenitas X₁ Ke Y

Test of Homogeneity of Variances			
Keputusan			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.625	6	55	.126

Berdasarkan output SPSS pada Table 4.10 di atas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru (Y) berdasarkan variabel Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru (X₁) = 0,126 > 0,05, artinya data variabel Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru (Y) berdasarkan variabel Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru (X₁) mempunyai varian yang sama.

Tabel 3. Rangkuman Analisis Uji Homogenitas X₂ Ke Y

Test of Homogeneity of Variances			
Keputusan			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.954	5	56	.100

Berdasarkan output SPSS pada Tabel 4.11 di atas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel variabel keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru (Y) berdasarkan variabel Produk Asuransi Takaful Pekanbaru (X₂) = 0,100 > 0,05, artinya data

variabel Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru (Y) berdasarkan variabel Produk Asuransi Takaful Pekanbaru (X_2) mempunyai varian yang sama.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Salah satu metode dalam melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik adalah dengan uji *One Sampel Kolmogorov Smirnov*.

Uji One Sampel Kolmogorov Smirnov digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, poisson, uniform, atau exponential. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05. Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan SPSS, maka hasil outputnya adalah seperti berikut:

Tabel 4. Rangkuman Analisis Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		62
Normal Parameters ^{ab}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.03376440
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.071
	Positive	.050
	Negative	-.071
Kolmogorov-Smirnov Z		.556
Asymp. Sig. (2-tailed)		.917

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp.Sig 2-tailed) sebesar 0,917. Karena signifikansi lebih dari 0,05 ($0,917 > 0,05$), maka data tersebut telah berdistribusi normal.⁴³ Hal ini, juga ditegaskan dari pernyataan hasil perhitungan SPSS tersebut di atas, bahwa distribusi tes ini adalah normal.

c. Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

Tabel 5. Rangkuman Analisis Pengujian Linieritas Variabel X Dengan Y

Variabel	Linearity	
	F	Sig
X ¹	7.015	.011
X ²	4.556	.037

Dari hasil uji linieritas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi linearitas pada variabel X_1 (Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru) dan variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru kurang dari 0.05, yaitu $0.011 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru terdapat hubungan yang linier. Dengan demikian asumsi linieritas terpenuhi.

Begitu juga pada hasil uji linieritas Produk Asuransi Takaful Pekanbaru dan Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru kurang dari 0.05, yaitu $0.037 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Produk Asuransi Takaful Pekanbaru dan Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru terdapat hubungan yang linier. Dengan demikian asumsi linieritas terpenuhi.

d. Uji Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana ini untuk menguji pertanyaan penelitian tentang apakah terdapat hubungan yang signifikan antara Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dengan Variable

⁴³ *Ibid*, hlm. 39

keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru? Juga ingin mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara Produk Asuransi Takaful Pekanbaru dengan Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru?

Pengambilan keputusan tentang hal ini, dilakukan dengan melihat nilai probabilitasnya, yaitu 0.05. Jika nilai probabilitas atau nilai signifikansinya lebih kecil dari 0.005, maka terdapat hubungan antara Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dengan Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru serta antara Produk Asuransi Takaful Pekanbaru dengan Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru.⁴⁴

Bisa juga dengan cara melihat tanda bintang (**/*) pada variabel yang diuji. Yaitu, tanda bintang dua (***) menunjukkan hubungan yang sangat tinggi, sementara jika ada tanda bintang satu (*) menunjukkan hubungan yang tinggi.⁴⁵

Untuk melihat tingkat hubungan antara Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dengan Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7. Korelasi Antara X₁ Dan Y

Variabel	Nilai Korelasi	Sig
Premi	.319*	.011

Tabel korelasi pada Tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dengan Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru. Hal ini, ditunjukkan dengan adanya tanda bintang (*) yaitu signifikan pada taraf 0.011, pada korelasi tersebut.

⁴⁴ Lihat Teguh Wahyono, *36 Jam Belajar Komputer; Analisis Data Statistik dengan SPSS*, hlm. 184.

Tabel 8. Korelasi Antara X₂ Dan Y

Variabel	Nilai Korelasi	Sig
Produk	.272*	.033

Tabel korelasi pada Tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara Produk Asuransi Takaful Pekanbaru dengan Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru bagi nasabah Takaful di Pekanbaru. Hal ini, ditunjukkan dengan adanya tanda bintang (*) yaitu signifikan pada taraf 0.033, pada korelasi tersebut.

e. Uji Korelasi Ganda

Korelasi ganda ini untuk menguji pertanyaan penelitian tentang apakah terdapat hubungan yang signifikan secara bersama-sama antara Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru dengan Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru.

Pengambilan keputusan tentang hal ini, dilakukan dengan melihat nilai probabilitasnya, yaitu 0.05 dengan nilai probabilitas sig. Jika nilai probabilitas 0.05, lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas F_{change} ($0.05 \leq \text{Sig. } F_{change}$), maka terdapat hubungan secara bersama antara Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru terhadap Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru.

Akan tetapi, jika nilai probabilitas 0.05, lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas F_{change} ($0.05 \geq \text{Sig. } F_{change}$), maka tidak terdapat hubungan secara bersama antara Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru terhadap Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru. Bisa juga dengan cara melihat tanda bintang (**/*) pada variabel

⁴⁵ *Ibid*

yang diuji. Yaitu, tanda bintang dua (**) menunjukkan hubungan yang sangat tinggi, sementara jika ada tanda bintang satu (*) menunjukkan hubungan yang tinggi.⁴⁶

Tabel 4.17
Korelasi Ganda Premi Pada X¹ Dan X² Terhadap Variable Y

Variabel	Nilai Korelasi	Sig
Premi	.319*	.011
Produk	.272*	.033

Berdasarkan hasil dari tabel *corelation* di atas, diperoleh nilai sig. untuk Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru sebesar 0.011. Hasil ini jika dibandingkan dengan nilai probabilitas 0.05, maka ia lebih kecil ($0.011 < 0.05$). Sehingga bisa disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dengan Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru.

Sementara untuk Produk Asuransi Takaful Pekanbaru diperoleh nilai sig. sebesar 0.033. Hasil ini jika dibandingkan dengan nilai probabilitas 0.05, maka juga masih ia lebih kecil dari 0.05 ($0.033 > 0.05$). Sehingga bisa disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru dengan Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru.

f. Uji Regresi Linier Berganda

Berikut ini, disajikan hasil perhitungan analisis regresi terhadap variabel Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru terhadap Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru, melalui program SPSS 22. Hasil perhitungannya dapat dilihat pada tabel berikut ini, yaitu ;

⁴⁶ *Ibid*

Tabel 4.18
Anova Regresi Premi Pada Asuransi Takaful Pekanbaru Dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru Terhadap Variable Keputusan Menjadi Nasabah Pada Asuransi Takaful Pekanbaru

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1.521	1	.760	11.521	.008
Residual	5.189	6	.865		
Total	6.710	7			

Tabel di atas merupakan uji anova untuk melihat signifikansi dari hasil regresi ganda. Berdasarkan tabel tersebut di atas, terlihat bahwa hasil analisis regresi ganda signifikan dengan nilai F sebesar 11.521 dengan signifikansi 0.008. Nilai taraf signifikansi 0.008 tersebut adalah lebih rendah dari pada 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru secara bersama berpengaruh terhadap Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru, dengan taraf signifikansi 0.008.

Selanjutnya untuk melihat tingkat pengaruh antara variabel independen (Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru) terhadap variabel dependen (Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru), dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.19. Ringkasan Hasil Koefisien Determinasi Premi Pada Asuransi Takaful Pekanbaru Dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru Terhadap Variable Keputusan Menjadi Nasabah Pada Asuransi Takaful Pekanbaru

Model	Nilai	F	Sig.
R	.388	5.214	.008
R Square	.150		
Std. Error of the Estimate	1.051		

Pada tabel di atas menunjukkan korelasi ganda antara variabel variabel independen (Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru) terhadap variabel dependen (Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru) pada taraf 0.388. Sedangkan koefisien determinasinya menunjukkan nilai 0.150.

Hal ini berarti, bahwa pengaruh variabel independen (Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru) terhadap variabel dependen (Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru) adalah sebesar 38.8%, sedangkan sisanya yaitu 61.2% dipengaruhi oleh variabel lain selain Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru.

Kesimpulan terhadap hasil tersebut, bahwa Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru berpengaruh pada Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru, memiliki standar kesalahan estimasi sebesar 1.051.

Tabel 4.20. Rangkuman Analisa Regresi Linier Premi Pada Asuransi Takaful Pekanbaru Dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru Terhadap Variable Keputusan Menjadi Nasabah Pada Asuransi Takaful Pekanbaru

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	11.779	2.797	4.211	.000
Premi	.223	.097	2.303	.025
Produk	.209	.114	1.830	.042

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat pada kolom B pada bagian *constant* muncul nilai 11.779, sedang nilai X_1 adalah 0.223 dan X_2 muncul nilai 0.209. Maka dapat dikemukakan persamaan regresi linearnya adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 11.779 + 0.23x_1 + 0.209x_2$$

Standar kesalahan persamaan regresi tersebut dia atas adalah sebesar 2.797 untuk beta nol. Sementara standar kesalahan persamaan regresi untuk variabel Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru adalah sebesar 0.097 sedangkan standar kesalahan persamaan regresi untuk variabel Produk Asuransi Takaful Pekanbaru adalah sebesar 0.114.

Tabel di atas, juga memberikan informasi tentang signifikansi dari analisis koefisien regresi ini. Nilai signifikansi uji t untuk variabel Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru adalah 0.025. Sementara untuk variabel Produk Asuransi Takaful Pekanbaru, nilai signifikansinya adalah sebesar 0.042. Hal ini menunjukkan bahwa:

1) Variabel Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru mempengaruhi Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru. Hal ini didasarkan pada hasil uji t tersebut, dimana nilai signifikansinya 0.025 lebih kecil dari 0.05 ($0.025 < 0.05$).

2) Variabel Produk Asuransi Takaful Pekanbaru mempengaruhi Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t tersebut, dimana nilai signifikansinya 0.042 lebih kecil dari 0.05 ($0.042 < 0.05$).

3) Dari persamaan regresi tersebut di atas, juga dapat diartikan bahwa tanpa adanya variabel X_1 dan X_2 , yaitu Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru, maka kondisi Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru sangat rendah, yaitu 11.779.

B. Pembahasan

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini;

1. Bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dengan Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru. Hal ini, didasarkan pada perolehan

nilai sig. sebesar 0.033. Hasil ini jika dibandingkan dengan nilai probabilitas 0.05, maka juga masih ia lebih kecil dari 0.05 ($0.033 > 0.05$). Sehingga bisa disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru dengan Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru.

Hasil uji korelasi tersebut, selaras dengan hasil uji t pada uji regresi. Yaitu bahwa variabel Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru mempengaruhi Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru. Hal ini didasarkan pada hasil uji t tersebut, dimana nilai signifikansinya 0.025 lebih kecil dari 0.05.

Hasil ini, mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Misalnya hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Intan Hidayatillah, dkk, menyatakan bahwa harga premi berpengaruh positif signifikan terhadap ketetapan nasabah dalam memilih Asuransi Jiwa.⁴⁷ Riset ini, juga memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Danang Gustadi, bahwa secara parsial variabel besaran premi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah asuransi syariah.⁴⁸ Begitu juga, hasil penelitian yang diperoleh Cahya Minatiningsih, bahwa variabel premi asuransi dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel minat menjadi nasabah Asuransi Jiwa.⁴⁹

2. Bahwa terdapat hubungan antara Produk Asuransi Takaful Pekanbaru dengan Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru bagi nasabah Takaful di Pekanbaru. Hal ini, ditunjukkan dengan adanya tanda bintang (*) yaitu signifikan pada taraf 0.033, pada uji korelasi tersebut. Hasil ini, juga sesuai dengan nilai sig. uji t pada uji regresi di atas, bahwa variabel Produk Asuransi Takaful Pekanbaru mempengaruhi Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t tersebut, dimana nilai signifikansinya 0.042 lebih kecil dari 0.05.

Hasil tersebut, menegaskan bahwa produk sebuah asuransi mempengaruhi minat seseorang dalam menentukan keputusannya untuk menjadi nasabah pada asuransi tersebut. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kuat Ismanto bahwa produk menjadi salah satu factor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah, dalam memilih asuransi syariah. Produk merupakan factor penentu dalam pengambilan keputusan oleh konsumen. Dengan asumsi bahwa, semakin tinggi kualitas dan manfaat suatu produk, maka akan sangat mempengaruhi minat seseorang dalam memutuskan untuk membeli tidaknya produk tersebut. Sehingga hal ini juga menandakan bahwa rasionalitas peserta asuransi akan produk tidak bisa dikesampingkan.⁵⁰ Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Sofhian dan Sri Nur Ain Suleman, yang juga menunjukkan bahwa faktor kualitas produk memiliki

⁴⁷ Intan Hidayatillah, dkk. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi, Dan Harga Premi Asuransi Terhadap Keputusan Pemegang Polis Dalam Memilih Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 (Studi Kasus Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 Kantor Cabang Askum Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 4, No. 1, 2015, h. 12

⁴⁸ Danang Gustadi, "Pengaruh Besaran Premi, Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Minat Menjadi Nasabah Asuransi Syariah (Studi Mahasiswa FEBI UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta", *Skripsi*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019

⁴⁹ Cahya Minatiningsih, "Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Syariah Kantor Cabang Purwokerto", *Skripsi*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016,

⁵⁰ Kuat Ismanto, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah Di Pekalongan", *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 14, No. 1, (2016), h. 25-26

pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi syariah⁵¹

3. Bahwa terdapat korelasi yang signifikan secara bersama-sama antara Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru dengan Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil uji korelasi dan uji regresi yang telah disebutkan di atas.

Dari hasil analisis regresi ganda signifikan dengan nilai F sebesar 11.521 dengan signifikansi 0.008. Nilai taraf signifikansi 0.008 tersebut adalah lebih rendah dari pada 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru secara bersama berpengaruh terhadap Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru, dengan taraf signifikansi 0.008.

Tingkat pengaruh antara variabel independen (Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru) terhadap variabel dependen (Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru) berada pada taraf 0.388. Sedangkan koefisien determinasinya menunjukkan nilai 0.150.

Maknanya adalah bahwa tingkat pengaruh variabel independen (Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru) terhadap variabel dependen (Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru) adalah sebesar 38.8%, sedangkan sisanya yaitu 61.2% dipengaruhi oleh variabel lain selain Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru. Kesimpulan ini, memiliki standar kesalahan estimasi sebesar 1.051.

Berdasarkan Hasil pengujian, diketahui bahwa premi asuransi dan produk asuransi

berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah, artinya kenaikan atas premi asuransi dan produk asuransi, akan diikuti oleh keputusan menjadi nasabah secara signifikan.

Premi dan keputusan memilih produk asuransi jiwa syariah memiliki hubungan yang positif. Premi merupakan salah satu unsur penting dalam perjanjian asuransi yang dimana sejumlah uang yang harus dibayarkan secara rutin pada suatu waktu tertentu oleh seseorang yang akan memperoleh ganti rugi kepada perusahaan asuransi. Penanggung menerima pengalihan resiko dari tertanggung dan tertanggung membayar sejumlah premi sebagai imbalannya dalam hubungan hukum asuransi. Apabila premi tidak dibayar, asuransi dapat dibatalkan atau setidaknya tidaknya asuransi tidak berjalan. Asuransi baru berjalan jika kewajiban tertanggung membayar premi telah dipenuhi. Resiko atas benda beralih kepada penanggung sejak premi dibayarkan oleh tertanggung. Dengan kata lain ada tidaknya pertanggunganan ditentukan oleh pembayaran premi.

Premi merupakan kunci utama dari sebuah perjanjian asuransi. Konsumen yang mulai merasakan kebutuhan pada asuransi saat akan memilih produk asuransi yang merupakan pengambilan keputusan yang cukup rumit karena melibatkan berbagai kriteria seperti harga premi. Harga premi menjadi salah satu faktor mengapa calon nasabah mempertimbangkan untuk membeli polis asuransi jiwa tersebut, terbentuknya harga tersebut merupakan kesepakatan antara pembeli dan penjual dalam menilai suatu produk. Harga dengan demikian merupakan aspek pertama yang diperhatikan pembeli. Harga merupakan salah satu aspek yang ikut menentukan pilihan untuk memuaskan kebutuhannya. Semakin rendah harga premi suatu produk jasa asuransi jiwa semakin cepat keputusan pembelian konsumen. Masyarakat

⁵¹ Sofhian, Sri Nur Ain Suleman, "Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Asuransi Syariah di PT.

Prudential Life Assurance Cabang Kota Gorontalo", *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 2, No. 1, (2017)

mempunyai kesadaran akan nilai asuransi itu ada dan nyata, namun konsumen biasanya tidak berinisiatif membeli asuransi yang secukupnya untuk memenuhi kebutuhan.

Masyarakat beranggapan pembelian polis asuransi memerlukan prosedur yang rumit. Oleh karena keraguan-keraguan ini, maka kebutuhan masyarakat untuk perlindungan terhadap kerugian finansial tidak akan tercapai jika asuransi tidak dipasarkan secara aktif dan efektif. setiap pemegang polis memiliki kriteria sendiri-sendiri untuk memilih perusahaan asuransi yang diinginkannya. Ada pemegang polis yang menginginkan suatu perusahaan asuransi bisa memberikan keuntungan lebih selain proteksi diri seperti bungainvestasi yang tinggi. Ada pula pemegang yang menginginkan layanan yang lebih cepat, efisien, reputasi yang baik, dan harga (premi) yang bisa terjangkau

Pengambilan keputusan konsumen mempunyai arti penting bagi maju mundurnya suatu organisasi atau perusahaan, terutama karena masa depan suatu perusahaan banyak ditentukan oleh pengambilan keputusan konsumen. Pentingnya pengambilan keputusan dilihat dari segi kekuasaan untuk membuat keputusan. Pengambilan keputusan selain dilihat dari segi kekuasaan juga dilihat dari segi kehadirannya, kita tidak dapat mengerti, apakah meramalkan tindakantindakan manajemen sehingga kita tidak dapat menyempurnakan efektivitas manajemen.

Pengambilan keputusan oleh konsumen dalam membeli suatu barang jasa asuransi tentunya berbeda, tergantung pada jenis keputusan pembelian yang diinginkannya. Pentingnya keputusan pembelian terhadap konsumen adalah keputusan seseorang dimana suatu konsumen dapat memilih salah satu dari beberapa alternative pilihan yang ada dan

proses integrasi yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative dan memilih salah satu diantaranya.

Kenyataannya jika dibandingkan dengan industri perbankan, industri perasuransian masih kurang banyak mendapat perhatian konsumen. Sebagian besar konsumen cenderung memisahkan sebagian penghasilannya untuk disimpan di bank daripada digunakan untuk asuransi. Konsumen masih sering merasakan bahwa asuransi tak melindungi aktivitasnya, bahkan cenderung merugikannya meskipun kesan itu tak semuanya benar. Menjadi penting bagi perusahaan, terutama perusahaan asuransi jiwa untuk menganalisa perilaku konsumen dari segi faktor maupun prosesnya. Sehingga diharapkan mampu menciptakan produk serta pelayanan bagi masyarakat sesuai dengan karakter dan kebutuhan mereka.

Meskipun dalam Islam, asuransi tidak disebutkan secara tekstual dalam Al-Qur'an, namun demikian Al-Qur'an mengakomodasi beberapa ayat yang mempunyai muatan nilai-nilai dasar yang ada dalam praktik asuransi, seperti nilai dasar tolong menolong, kerja sama atau semangat untuk melakukan proteksi terhadap peristiwa kerugian yang diderita di masa yang akan datang. Dengan hal ini, praktik asuransi tidak dilarang dalam syariah islam, karena prinsip dalam praktik asuransi dalam islam adalah mengaja kepada kebaikan sesama manusia.⁵²

Al-Qur'an surat al-Maidah (5) ayat 2, Allah berfirman yang artinya:

“.....Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, danjangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”

⁵² Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, (Jakarta: Kencana, 2012) hal. 245

Maksud dari penggalan ayat ini adalah tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan, yakni segala bentuk dan macam hal yang membawa kepada kemaslahatan duniawi dan atau ukhrawi dan demikian juga tolong-menolonglah dalam ketakwaan, yakni segala upaya yang dapat menghindarkan bencana duniawi dan atau ukhrawi, walaupun dengan orang-orang yang tidak seiman dengan kamu, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.⁵³

Ayat itu memuat perintah tolong-menolong antara sesama manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam bidang asuransi, para nasabah diharapkan dapat memberikan sebagian uang yang dimilikinya untuk digunakan sebagai dana sosial (*tabarru'*) yang digunakan untuk menolong salah satu anggota asuransi yang mengalami musibah.⁵⁴

Para ahli hukum islam kotemporer menyadari sepenuhnya, bahwa status hukum asuransi syariah belum pernah ditetapkan oleh para pemikir hukum islam dahulu (*fuqaha*). Pemikiran asuransi syariah seperti yang berlaku sekarang ini, merupakan hasil permulaan antara pemahaman hukum syariat dengan realitas yang terjadi. Namun apabila dicermati melalui kajian secara mendalam, maka ditemukan bahwa pada asuransi syariah terdapat masalah sehingga para ahli hukum islam (kotemporer) mengadopsi manajemen asuransi berdasarkan prinsip-prinsip syariah.⁵⁵

Sementara di kalangan para ulama', khususnya *fuqaha'* di bidang syariah merupakan pencerminan dari pandangan islam mengenai soal-soal kehidupan manusia, baik di bidang ibadah maupun muamalah.

Berkaitan dengan masalah asuransi yang termasuk dalam hal muamalah, yang harus dihadapi oleh dunia Islam sebagai akibat dari hubungannya dengan dunia Barat, telah mendapat tanggapan dari para ulama, terutama pada abad ke-20. Para ulama yang membahas masalah asuransi beranggapan bahwa asuransi merupakan masalah yang belum pernah dikenal sebelumnya, sehingga hukumnya yang khas tidak ditemukan dalam fiqh islam.

Cukup banyak para ulama yang menaruh perhatian pada masalah asuransi ini, baik yang melontarkan pendapatnya dalam bentuk fatwa maupun dalam bentuk buku, dan sebagainya.⁵⁶ Syaikh Ahmad Musthafa al-Zarqa mengatakan bahwa hukum asuransi adalah boleh (*mubah*), karena hukum asal dari segala sesuatu itu adalah halal/boleh (*al-ibahah*), disamping juga syara' tidak hanya membatasi pada akad klasik yang sudah diketahui saja, dan tidak melarang adanya bentuk akad baru yang muncul kemudian sesuai kebutuhan zaman selama tidak bertentangan dengan aturan akad syariah dan syarat-syaratnya secara umum, di samping juga karena adanya kesesuaian antara akad asuransi dengan akad-akad muamalah yang berkembang pada masa pra islam yang diakui kebolehan oleh syariah.

Sependapat dengan al-Zarqa, 'Abd al-Wahhab al-Khallaaf mengatakan, bahwa asuransi hukumnya boleh (*jaiz*), karena termasuk akad *mudlarabah*. *Mudlarabah* adalah akad berserikat di dalam keuntungan, dimana satu pihak bermodalkan harta, dan satu pihak lagi bermodalkan tenaga dan kerja. Dalam praktik *ta'min* sendiri menurut beliau adalah modal bersumber dari para peserta *ta'min* yang membayar premi dan sementara tenaga dan manajemen adalah pihak

⁵³ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur'an*, (Jakarta: Lentera Hati 2002) hal. 13

⁵⁴ Abdul Manan, *op. cit.*, hal. 246

⁵⁵ Burhanuddin S, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) hal. 101

⁵⁶ Muhamad, Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam, *Jurnal Hukum*, Vol. 8 No. 18, (Oktober 2001) hal. 154

perusahaan yang mengembangkan modal tersebut, dan keuntungan dibagai antara perusahaan dan peserta sesuai akad. Dengan demikian, asuransi sebagai bentuk muamalah baru dalam dunia ekonomi modern merupakan masalah ijthadiyyah dan khilafiyah, yaitu masalah yang status hukumnya didapat dari hasil ijthad.⁵⁷

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis pengaruh secara premi dan produk asuransi terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Asuranasi Takaful Keluarga Pekanbaru. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dengan variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru. Hal ini, didasarkan pada hasil uji t pada uji regresi. Yaitu bahwa variabel Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru mempengaruhi Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru. Hal ini didasarkan pada hasil uji t tersebut, dimana nilai signifikansinya 0.025 lebih kecil dari 0.05.

2. Terdapat pengaruh antara Produk Asuransi Takaful Pekanbaru dengan Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru bagi nasabah Takaful di Pekanbaru. Hal ini, ditunjukkan dengan adanya tanda bintang (*) yaitu signifikan pada taraf 0.033, pada uji korelasi tersebut. Hasil ini, juga sesuai dengan nilai sig. uji t pada uji regresi di atas, bahwa variabel Produk Asuransi Takaful Pekanbaru mempengaruhi Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t tersebut, dimana

nilai signifikansinya 0.042 lebih kecil dari 0.05.

3. Terdapat korelasi yang signifikan secara bersama-sama antara Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru dengan Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil analisis regresi ganda signifikan dengan nilai F sebesar 11.521 dengan signifikansi 0.008. Nilai taraf signifikansi 0.008 tersebut adalah lebih rendah dari pada 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru secara bersama berpengaruh terhadap Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru, dengan taraf signifikansi 0.008. Tingkat pengaruh antara variabel independen (Premi pada Asuransi Takaful Pekanbaru dan Produk Asuransi Takaful Pekanbaru) terhadap variabel dependen (Variable keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Takaful Pekanbaru) berada pada taraf 0.388. Sedangkan koefisien determinasinya menunjukkan nilai 0.150.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa saran yang peneliti ajukan meliputi:

4. PT. Takaful kantor cabang Pekanbaru sebaiknya lebih menekankan pada pendekatan pendidikan atau edukasi mengenai produk-produk yang dimiliki khususnya produk yang dikelola oleh Takaful Pekanbaru, memiliki kemampuan merasakan bahwa premi dan produk takaful berpengaruh terhadap menentukan dirinya sebagai nasabah;

5. Premi yang disetorkan nasabah diharapkan mampu memberi manfaat kepada kedua belah pihak baik perusahaan maupun nasabah itu sendiri dan peningkatan premi

⁵⁷ Abdurrauf, Asuransi Dalam Pandangan Ulan Fikih Kotemporer, *Jurnal Al-Iqtisha*, Vol. II No. 2, (Juli 2010) hal. 147

diiringi dengan peningkatan-peningkatan faktor lainnya yang berkaitan dengan premi itu sendiri.

6. Bagi para peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti dengan menambahkan variabel-variabel lainnya agar memperluas penelitian ini. Karena tidak menutup kemungkinan hasil yang didapat akan semakin menambah wawasan peneliti dan pembaca lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdullah Amrin, *Asuransi Syariah: keberadaan dan kelebihanannya di tengah asuransi konvensional*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2006)
- [2] Adhe Arthesa dan Endia Handiman, *Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, (Jakarta: Indeks, 2006)
- [3] Afzahur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1996)
- [4] Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2009)
- [5] Burhandudin S, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)
- [6] Burhanudin S, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)
- [7] Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Edisi 1, Cet. 1, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013)
- [8] Deni darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2014)
- [9] Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002)
- [10] Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2012)
- [11] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2020), h. 95
- [12] Freddy Rangkuti, *The Power of Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merk*, (Jakarta: Gramedia, 2004)
- [13] Hartono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Pekanbaru: LSFK₂P, 2006)
- [14] Hermawan Rasito, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1992)
- [15] Herry Laksono, dkk, *Kesehatan untuk Semua: Strategi Diplomasi Kesehatan Global Indonesia*, (Jakarta: Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2018)
- [16] Ibnu Hajar, *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif dalam Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996)
- [17] John W. Eest, *Metodologi Penelitian Dan Pendidikan* (Surabaya: Usaha Nasional, 1982)
- [18] Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada)
- [19] Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005)
- [20] Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Syarefa Publishing, 2013)
- [21] Khoiril Anwar, *Asuransi Syariah Halal & Maslahat* (Solo: Tiga serangkai, 2007)
- [22] M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar pemasaran bank syariah* (2nd ed.). (Bandung: Alfabeta, 2012)
- [23] M. Nur Rianto, *Pemasaran Strategik Pada Asuransi Syariah Kesehatan, Pendidikan, Jiwa*, (Bekasi: Gramata Publishing, 2015), h. 12
- [24] M.Quraish Shihab, *Tafsir al-Misbah: Pesan, Kesan, dan keserasian al-Qur'an*, Jilid II (Cet. V: Jakarta: Lentera Hati, 2012)
- [25] Mas'ud Zein, *Mastery Learning; Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, (Yogyakarta: Aswaja, 2014)

- [26] Mohammad, *Asuransi Dalam Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005)
- [27] Muhammad Ajib, *Asuransi Syariah*, (Jakarta: Rumah Fiqih Publishin, 2019)
- [28] Muhammad bin Isma'il al-Bukhari, *Sahih al-Bukhari*, Kitab *al-Iman* bab *al-Muslim Man Salim al-Muslimun min Lisan*, Jilid. I (Riyad: Dar 'Alam al-Kutub, 1996)
- [29] Muhammad Sakir Sula, *Asuransi Syariah (Life And General)*, (Jakarta: Gema Insani, 2004)
- [30] Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis Dan Praktis* (Jakarta: Kencana, 2010)
- [31] Nurul Huda dan Muhammad Haykal, *Lembaga keuangan Islam: Tinjauan Teoretis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2010)
- [32] P. Joko Subagyo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1991)
- [33] Philip Kotler & Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Prehallindo, 2005)
- [34] Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran* Edisi ke 13, (Jakarta: Erlangga, 2009)
- [35] Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran; Analisis Perencanaan dan Pengendalian* Ed 4. (Jakarta: Erlangga. 2001)
- [36] Phillip Kotler dan Gary Amstrong, *Principles of Marketing*, 12th Edition. Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 272
- [37] Phillip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* 2. Edisi keduabelas. (Jakarta: Erlangga, 2018)
- [38] R. Gunawan Sudarmanto, *Statistik Terapan Berbasis Komputer Dengan Program IBM SPSS Statistics 19*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013)
- [39] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006)
- [40] Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung : Alfabeta, tahun 2005)
- [41] Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif dan kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 11.
- [42] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009)
- [43] Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013)
- [44] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998)
- [45] Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2000)
- [46] Sutisna, *Prilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003)
- [47] Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, jilid 1, (Yogyakarta: Andi, 2002)
- [48] Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, edisi 1, cet. 1, (Jakarta: Kencana, 2013)
- [49] Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu* 5, terj. Abdul Hayyie al-Kattani (Jakarta: Gema Insani, 2011), 105-111.
- [50] Yatim Riyanto, *Metodologi Penelitian Pendidikan Suatu Tujuan Dasar*, (Surabaya: Sic Surabaya, 1996)
- [51] Z. V. Chumaida, *Risiko dalam perjanjian asuransi jiwa*. (Medan: PT Revka Petra Media, 2013)
- [52] Ahmad, Husni Thamrin, & Zulfikar, Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Asuransi Syariah Di Kota Pekanbaru, *Jurnal Tabarru': Islamic*

- Banking and Finance*, Volume 5 Nomor 1, Mei 2022
- [53] Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI), Review Data Perkembangan Industri Asuransi Syariah, di download dari <https://aasi.or.id>, pada tanggal 20 Juli 2023 Pukul 22.51
- [54] Azizah Nur Alfi dan Loe Dwi Jatmiko, “Perkembangan IKNB: Jalan Berliku Industri Asuransi Syariah”, dikutip dari <https://m.bisnis.com/sumatra/read/20181204/444/865958/perkembangan-iknb-jalan-berliku-industri-asuransi-syariah>, (Diakses pada tanggal 20 Juli 2023).
- [55] Baginda Parsaulian, Prinsip dan Sistem Operasional Asuransi Syari’ah (Ta’min atau Tadhmun)di Indonesia, *Jurnal Ekonomika Syariah*, Vol 2 No 2, (Juli – Desember , 2018)
- [56] Cahaya Minatiningsih, “Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Syariah Kantor Cabang Purwokerto”, *Skripsi*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016,
- [57] Cindy Wahono dan Pwee Len, Pengaruh Literasi Keuangan dan Risk Attitude terhadap Kepemilikan Asuransi Jiwa, *Jurnal Administrasi Bisnis [JAB]*, Vol 18 No 1 Juli 2022
- [58] Danag Gustadi, “Pengaruh Besaran Premi, Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Minat Menjadi Nasabah Asuransi Syariah (Studi Mahasiswa FEBI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”, *Skripsi*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019
- [59] Dessy Arum Kusumawati, “Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Premi Asuransi Mitra Mabur Terhadap Preferensi Nasabah AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Surakarta”, *Skripsi*, IAIN Surakarta 2017
- [60] Ermayanis, Nurse Fatimah MZ, Pengaruh Promosi terhadap Penjualan Polis Asuransi Syariah, *Al-Muqayyad*, Vol 3 No 2 (2020)
- [61] Fahmirrianda Ramadhan, “Analisis Pengaruh Kelompok Referensi, Religiusitas, dan Motivasi Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Berasuransi Syariah (Studi Kasus Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga R.O Utamy Agency Yogyakarta)”, *Skripsi*, Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013.
- [62] Fatwa Dewan Syari’ah Nasional No. 21/DSN-MUI/X/2001, di download dari <http://www.mui.or.id>, tanggal 20 Juli 2023 pukul 20.20
- [63] Hari Susanti Nugraha, Theeffect Of Insurance Premiums And Service Quality Toward Customer Satisfaction Of Insurance (Case Study Of Bumiputera 1912 Life Insurance Executive Branch Semarang, *Journal of Innovation, Creativity and Change*, Vol. 9, No. 4. (2019)
- [64] Herry Ramadhani, “Prospek Dan Tantangan Perkembangan Asuransi Syariah Di Indonesia”, *Jurnal Al-Tijary*, Vol. 1, No. 1, (2015)
- [65] Intan Hidayatillah, Sri Suryoko, Bulan Prabawani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi, Dan Harga Premi Asuransi Terhadap Keputusan Pemegang Polis Dalam Memilih Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 (Studi Kasus Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 Kantor Cabang Askum Semarang)” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 4, No. 1, (2015)
- [66] Jasa Suatma, “Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skuter Matik MerekHonda Vario di Kota Semarang”, *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 5, No. 2, h. 20, 2013

- [67] Kuart Ismanto, “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah Di Pekalongan”, *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 14, No. 1, (2016)
- [68] Leliya dan Maya Kurniasari, “Minat Masyarakat Berasuransi Syariah Di Asuransi Prudential”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 2, (2016)
- [69] Lutfiah Nur Azizah, dkk, Analisis Perbandingan Perkembangan Jumlah Perusahaan Asuransi Syariah Dengan Asuransi Konvensional di Indonesia Periode 2013-2022, *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Volume 1, Nomor 4, Mei 2023
- [70] M. N. Burić., J. C. Smolović., M. L. Božović & A. L. Filipović, Impact of economic factors on life insurance development in Western Balkan Countries. *Proceedings of Rijeka Faculty of Economics, Journal of Economics and Business*, Vol. 35, No. 2, 2015, pp. 331-352
- [71] M. Sherif., & N. A. Shaairi. Determinants of demand on family Takaful in Malaysia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 4, (2013)
- [72] Mahyarni, Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku), *Jurnal El-Riyasah*, Vol 4, No 1 (2013)
- [73] Meliana Saputri yang berjudul “Pengaruh Premi Asuransi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Lampung” *Tesis*, UIN Lampung, 2019
- [74] Mu'min, Analisis Pemikiran Fazlur Rahman Tentang Aspek Epistemologi Ekonomi Islam, *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, [Vol 8, No 2 \(2015\)](#),
- [75] Prihantoro, Basuki, I., & Iskandar, K.. Analisis Faktor-Faktor Makro Ekonomi dan Demografi Terhadap Fungsi Permintaan Asuransi Jiwa di Indonesia. *Jurnal Asuransi dan Manajemen Resiko*, 1, No. 1 (Februari) 2017
- [76] Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia No.40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian
- [77] Riri Putri Utami dan Hendra Saputra, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan”, *Jurnal Niagawan*, Vol. 6, No. 2, (2017)
- [78] Riyono dan Gigih Erlik Budiharja, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati”, *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 8, No. 2, 2016
- [79] *Salahuddin El Ayyubi, W Widyastutik, A. Anditta, The Impact of Macroeconomic Indicators on Islamic Insurance Demand in Indonesia. Al-iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah. [Vol 11, No 2 \(2019\)](#)*
- [80] Santri Zulaicha, Rusda Irawati, “Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam”, *Jurnal Inovasi Dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2, (2016)
- [81] Sofhian, Sri Nur Ain Suleman, “Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Asuransi Syariah di PT. Prudential Life Assurance Cabang Kota Gorontalo”, *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 2, No. 1, (2017)
- [82] Sunarti, dkk, *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 46 No. 2 (Mei,2017)
- [83] Wanda Agustiranda, dkk, Pengaruh Pendapatan Premi, Pembayaran Klaim Dan Risk Based Capitl Terhadap

- Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan,
Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terpan, Vol. XIV No.1, (April 2019)
- [84] Willi Romandhon Dalimunthe, “Pengaruh premi dan klaim terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa syariah di PT Sun Life Financial Cabang Medan” *Tesis*, UIN Medan, 2020.
- [85] Yustinus Riyan Adiputra, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Jiwa”, *Tesis*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2016)
- [86] W. Akhter., V. Pappas., & S. Ullah. Research in International Business and Finance Full length Article A comparison of Islamic and conventional insurance demand: Worldwide evidence during the Global Financial Crisis. *Research in International Business and Finance*, vol. 42, issue C,
- [87] Yohana Ariska Putri Nasution, & Fauzi Arif Lubis. (2022). MANFAAT DAN MEKANISME PENYELESAIAN KLAIM ASURANSI PADA PT KPM ASURANSI PRUDENTIAL MEDAN. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(6), 683–686. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i6.2089>
- [88] Habilla Anshari, & Fauzi Arif Lubis. (2022). PENGARUH MOTIVASI KERJA DALAM MEMBANGUN KINERJA AGEN ASURANSI DI KANTOR PEMASARAN MANDIRI (KPM) PRESTASI AGENCY PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE MEDAN. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(6), 709–714. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i6.2092>
- [89] Eski aditya, & Muhammad Yafiz. (2022). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP
- KUALITAS PELAYANAN DAN SISTEM PENYERAHAN SANTUNAN PT JASA RAHARJA PERWAKILAN TK.I MEDAN. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(6), 647–652. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i6.2085>
- [90] Rina Aldila, & Fauzi Arif Lubis. (2022). STRATEGI PEMASARAN PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE DI KOTA MEDAN . *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(6), 661–666. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i6.2087>

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN