

SKRIPSI

ANALISIS TINGKAT PEMAHAMAN DAN PERAN AGEN DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH ASURANSI SYARIAH (STUDI KASUS PADA AJB BUMIPUTERA 1912 SYARIAH CABANG BANDA ACEH)



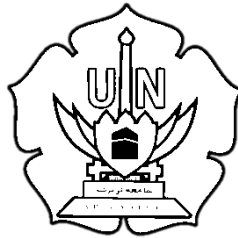
Disusun Oleh:

**NISA UL HIKMAH
NIM: 140602020**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2018 M / 1439 H**

SKRIPSI

ANALISIS TINGKAT PEMAHAMAN DAN PERAN AGEN DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH ASURANSI SYARIAH (STUDI KASUS PADA AJB BUMIPUTERA 1912 SYARIAH CABANG BANDA ACEH)



Disusun Oleh:

**NISA UL HIKMAH
NIM: 140602020**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2018 M / 1439 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Nisa UI Hikmah
NIM : 140602020
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 10 Agustus 2018
Yang Menyatakan




Nisa UI Hikmah

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah

Dengan Judul:

**Analisis Tingkat Pemahaman dan Peran Agen Dalam Meningkatkan
Minat Nasabah Asuransi Syariah
(Studi Kasus Pada AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Banda
Aceh)**

Disusun Oleh:

Nisa Ul Hikmah

NIM: 140602020

Disetujui untuk diseminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi
pada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,



Dr. Nur Baety Sofyan, Lc., MA

NIP: 19820808 200901 2 009

Pembimbing II,



Jalaluddin, ST., MA

NIDN: 2030126502

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah,



Dr. Muhammad Zulhilmi, MA

NIP: 19720428 200501 1 003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN**

**Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id**

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nisa Ul Hikmah
NIM : 140602020
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail : nisaulhikmah6@gmail.com

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi ☐

yang berjudul:

Analisis Tingkat Pemahaman dan Peran Agen Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Asuransi Syariah (Studi Kasus Pada AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Banda Aceh)

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain

☐ secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 10 Agustus 2018

Penulis

Nisa Ul Hikmah

Mengetahui

Pembimbing I

Dr. Nur Baety Sofyan, Lc., MA
NIP: 19820808 200901 2 009

Pembimbing II

Jalaluddin, ST., MA
NIDN: 2030126502

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa pula penulis memanjatkan shalawat beserta salam kepada Rasulullah Muhammad SAW serta para sahabat dan keluarga beliau yang telah memberi tauladan kepada umat manusia dalam membedakan antara hak dan bathil, untuk mencapai jalan yang benar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul: **“Analisis Tingkat Pemahaman dan Peran Agen Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Asuransi Syariah (Studi Kasus Pada AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Banda Aceh)”**. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini terdapat kekurangan-kekurangan, dan jauh dari kata kesempurnaan, hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Disamping itu, juga menyadari bahwa Skripsi ini tidak mungkin terlaksana tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad Chalil, M.Ag Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

2. Dr. Muhammad Zulhilmi, S.Ag., MA dan Cut Dian Fitri, SE. M.Si., Ak., CA selaku ketua dan sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah UIN AR-Raniry.
3. Dr. Nur Baety Sofyan.Lc., MA selaku dosen Pembimbing I dan Jalaluddin, ST., MA selaku dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan nasehat-nasehat, pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku penguji I dan Abrar Amri, SE., S.Pd.I., M.Si selaku penguji II yang telah meluangkan waktu, pikiran dan memberikan arahan kepada penulis. Terima kasih sebesar-besarnya penulis ucapkan, semoga Bapak dan Ibu selalu mendapat rahmat dan lindungan Allah SWT.
5. Farid Fathony Ashal, Lc., MA selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan di Jurusan Ekonomi Syariah. Terima kasih banyak telah memberi nasehat dan masukan baiknya kepada penulis.
6. Muhammad Arifin, Ph.D selaku ketua dan Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A selaku sekretaris Laboraturium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
7. Seluruh staf dan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
8. Ibunda tercinta Fiktriani S.Pd dan ayahanda tercinta A.Halim terima kasih atas pengorbanan, kasih sayang serta doa yang selalu tercurah untuk ku..

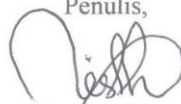
9. Abang dan adik-adikku tersayang Muhammad Hafidillah S.Pd, Nurul asfia dan Muhammad Ghazi Algifari terimakasih atas pengorbanan, kasih sayang serta doa yang selalu tercurah untuk ku.
10. Keluarga besarku tersayang Amiruddin S.Kom & Yusnita Amd, Hamdani S.Hut & Cut Nurul Fajri, Aswadi S.Kom & Cut Desi Fitrianti SE, Hj. Nahriani & Ir. H. M. Ali Yusuf, (Almh.) Elitawati & Rahmatsyah, Herizal SE & Yulidar A.Md, Nellyanti SE & Firman Hadi, dan Micut Habibah S.Pd & Burhanuddin. Terimakasih atas doa dan kasih sayang yang tercurah untukku hingga detik ini, serta keponakan-keponakannku yang cantik dan ganteng, Amalia Sabrina & Fatur Rahmi S.Pdi, Miftahul Hamdi & Anastasia Malisa, Suci Salsabilla, Siti Ulfa Rahmati, Aghniya Ulayya, M. Zahir Aufa, Zalfa Zamira, M. Naufal Hafish, Sofia Mouizza, Tazkia Syatilla serta (Alm.) M. Naufal Hafish dan (Almh.) Dhaivina Namira.
11. Sahabat seperjuangan Novia Khairunnisa, Arifatul Hazrati, Ivana Anggraini, Nurul Fajri Saleh, Cut Niswatul Chaira, Liza Mauliana, yang telah membantu memberikan semangat dan dukungan dalam segala hal sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih yang tak terhingga juga untuk Fadhil Farizil yang telah membantu memberikan semangat, dukungan dalam segala hal sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

12. Semua teman-teman di Program Strata 1 Ekonomi Syariah angkatan 2014 khususnya unit II dan teman-teman lain yang telah memberikan semangat dan membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Serta seluruh pihak yang telah memberi kontribusi dan dukungan semangat serta doa yang tak dapat Penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dan mohon maaf kepada semua pihak baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih ada kekurangan, oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 10 Agustus 2018

Penulis,



Nisa Ul Hikmah

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fatḥah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َ ي	<i>Fatḥah</i> dan ya	ai
َ و	<i>Fatḥah</i> dan wau	au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haula*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf , transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / اِي	<i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / اِي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / اِي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ :*qāla*

رَمَى :*ramā*

قِيلَ :*qīla*

يَقُولُ :*yaqūlu*

4. *Ta Marbutah (ة)*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. *Ta marbutah (ة)*hidup

*Ta marbutah (ة)*yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. *Ta marbutah (ة)* mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	: <i>al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah</i>
طَلْحَةُ	: <i>Talḥah</i>

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Nisa Ul Hikmah
NIM : 140602020
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Tingkat Pemahaman dan Peran Agen Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Asuransi Syariah (Studi Kasus Pada AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Banda Aceh).
Tanggal Sidang : 7 Agustus 2018
Tebal Skripsi : 126 Halaman
Pembimbing I : Dr. Nur Baety Sofyan. Lc., MA
Pembimbing II : Jalaluddin, ST., MA

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat menguji dan menganalisis tingkat pemahaman dan peran agen dalam meningkatkan minat nasabah asuransi AJB Bumiputera Syariah cabang Banda Aceh. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah asuransi AJB Bumiputera Syariah cabang Banda Aceh. Sampel yang diteliti tersebut dipilih dengan menggunakan metode sampel acak sederhana (*sampel random sampling*). Pengumpulan data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini dilakukan dengan penelitian lapangan (*field research*). Data yang dipakai adalah data primer, yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian dalam bentuk persepsi responden dengan cara mengedarkan daftar pertanyaan dalam bentuk kuesioner kepada 96 responden. Penelitian ini di olah dengan menggunakan SPSS 20.0 dan *Microsoft Excel*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, tingkat pemahaman agen dan peran agen berpengaruh positif terhadap minat nasabah asuransi AJB Bumiputera syariah cabang Banda Aceh. Hal ini ditunjukkan oleh persamaan regresi linear berganda $Y = 0,194 + 0,550 X_1 + 0,468 X_2$. Hasil pengujian secara persial menunjukkan bahwa, tingkat pemahaman agen dan peran agen berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah asuransi AJB Bumiputera syariah cabang Banda Aceh. Hasil pengujian secara simultan juga menunjukkan bahwa, variabel tingkat pemahaman agen dan peran agen berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah asuransi AJB Bumiputera syariah cabang Banda Aceh.

Kata Kunci : Tingkat Pemahaman Agen, Peran Agen, Minat Nasabah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN TRANSLITERASI	xi
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Definisi dan Ruang Lingkup Asuransi Syariah.....	9
2.1.1 Pengertian Asuransi Syariah	9
2.1.2 Landasan Hukum Asuransi Syariah.....	12
2.1.3 Prinsip-Prinsip Asuransi Syariah	15
2.2 Minat Nasabah.....	19
2.2.1 Pengertian Minat Nasabah	19
2.2.2 Indikator Minat Nasabah.....	21
2.3 Tingkat Pemahaman Agen	22
2.3.1 Pengertian Tingkat Pemahaman Agen.....	22
2.3.2 Indikator Tingkat Pemahaman Agen	25
2.4 Peran Agen	25
2.4.1 Pengertian Peran agen.....	25
2.4.2 Indikator Peran Agen	28
2.5 Keterkaitan Antar Variabel dan Penelitian Terdahulu	29
2.5.1 Pengaruh Tingkat Pemahaman Agen Terhadap Meningkatkan Minat Nasabah Asuransi Syariah ..	29

2.5.2 Pengaruh Peran Agen Terhadap Minat Nasabah Asuransi Syariah	30
2.6 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	31
2.7 Kerangka Berfikir.....	40
2.8 Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Data dan Teknik Pemerolehannya.....	43
3.2.1 Jenis Data.....	43
3.2.2 Populasi dan Sampel.....	43
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.2.4 Penelitian Lapangan.....	45
3.3 Skala Pengukuran.....	46
3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	47
3.5 Variabel Penelitian	48
3.6 Metode Analisis Data	55
3.7 Pengujian Hipotesis.....	56
3.8 Uji Asumsi Klasik	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.1.1 Sejarah Asuransi Bumiputera Menuju Asuransi Syariah	60
4.1.2 Falsafah, Visi dan Misi AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah.....	62
4.1.3 Produk-Produk AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah	63
4.1.4 Pendidikan dan pelatihan agen.....	65
4.2 Analisis Responden dan Deskriptif Data Penelitian	68
4.3 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	72
4.4 Pengujian Asumsi Klasik	74
4.4.1 Uji Normalitas	74
4.4.2 Uji Heterokedatistas	75
4.4.3 Uji Multikolirearitas	77
4.5 Analisis Tingkat Kepuasan Responden.....	77
4.5.1 Persepsi Responden Terhadap Tingkat Pemahaman Agen	78
4.5.2 Persepsi Responden Terhadap Peran Agen	79
4.5.3 Persepsi Responden Terhadap Minat Nasabah.....	80
4.6 Analisis Linear Berganda.....	81

4.7 Pengujian Hipotesis.....	83
4.7.1 Uji Parsial (Uji t)	83
4.7.2 Uji Simultan (Uji F).....	86
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Deskripsi Penelitian Sebelumnya	35
Tabel 3.1 Matrik Indetifikasi dan Pengaruh Variabel	52
Tabel 4.1 Demografi Responden Penelitian.....	69
Tabel 4.2 Deskriptif Data Penelitian.....	71
Tabel 4.3 Uji Validitas	72
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.5 Uji Multikolinieritas.....	77
Tabel 4.6 Persepsi Responden Terhadap Tingkat Pemahaman Agen.....	78
Tabel 4.7 Persepsi Responden Terhadap Peran Agen.....	80
Tabel 4.8 Persepsi Responden Terhadap Minat Nasabah	81
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi	82
Tabel 4.10 Hasil Uji t.....	84
Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan.....	87
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berfikir	40
Gambar 3.1	Model Penelitian.....	52
Gambar 4.1	Gambar Pengujian Normalitas	75
Gambar 4.2	Gambar Pengujian Heterokesdastisitas	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Koesioner Penelitian	96
Lampiran 2 Hasil Olah Data.....	101
Lampiran 3 Data Agen Asuransi AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Banda Aceh	115
Lampiran 4 Tabulasi Data.....	120
Lampiran 5 Tabel r	124
Lampiran 6 Tabel t	125
Lampiran 7 Tabel F	126

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Menurut ajaran Islam, umat manusia yang ada di dunia ini merupakan satu keluarga. Oleh karena itu, setiap manusia sama derajatnya di mata Allah SWT dan di depan hukum yang diwahyukan-Nya. Konsep persaudaraan dan perlakuan yang sama terhadap seluruh umat manusia di muka hukum tidaklah mempunyai arti kalau tidak disertai dengan keadilan ekonomi, yang memungkinkan setiap orang dapat hidup sebagaimana mestinya. Untuk merealisasikan kekeluargaan dan kebersamaan tersebut dibutuhkan adanya kerja sama, tolong-menolong, dan saling menjamin di antara umat manusia. Mereka yang kaya hendaknya membantu kepada mereka yang tidak mampu, dan mereka yang mempunyai kelonggaran membantu orang-orang yang kesulitan dan sedang tertimpa musibah (Hasanah, 2013: 240).

Lembaga keuangan syariah (LKS) merupakan suatu perusahaan yang usahanya bergerak di bidang jasa keuangan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah yaitu prinsip yang menghilangkan unsur-unsur yang di larang dalam Islam. LKS dibagi kepada dua, yaitu lembaga keuangan bank syariah dan lembaga keuangan nonbank syariah, Salah satu yang termasuk lembaga keuangan nonbank syariah yaitu lembaga asuransi syariah (Mardani,2015:2).

Lembaga asuransi syariah merupakan usaha kerja sama saling melindungi dan tolong-menolong di antara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk asset dan dana *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui perikatan yang sesuai dengan syariah (Sula, 2004: 147). Serta merupakan suatu cara untuk memelihara manusia dalam menghindari risiko yang beragam terjadi dalam hidupnya (Widyaningsih, 2015: 222).

Kemunculan usaha perasuransian syariah tidak bisa lepas dari keberadaan usaha perasuransian konvensional yang telah ada sejak lama. Sebelum terwujud usaha perasuransian syariah, sudah terdapat berbagai macam perusahaan asuransi konvensional yang telah lama berkembang. Dalam rangka pengembangan perekonomian umat jangka panjang, maka masyarakat muslim perlu konsisten mengaplikasikan prinsip-prinsip perniagaan syariah berdasarkan *nash-nash* (teks-teks dalil agama) yang jelas atau pendapat para pakar ekonomi Islam.

Atas dasar keyakinan umat Islam dunia dan keuntungan yang diperoleh melalui konsep asuransi syariah, maka lahirlah berbagai perusahaan asuransi yang menjalankan usaha perasuransian berlandaskan prinsip syariah. Perusahaan ini bukan saja dimiliki oleh orang islam, namun juga berbagai perusahaan milik non-muslim serta ada yang secara induk perusahaan berbasis konvensional ikut terjun memberikan layanan asuransi syariah

dengan membuka kantor cabang dan divisi syariah (Amrin, 2011:7).

Salah satu asuransi konvensional yang membuka kantor cabang dan divisi syariah adalah Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 yang telah berdiri pada tahun 1912 hingga sekarang, dan membuka cabang dan divisi syariah pada tahun 2002. Banyak kantor cabang asuransi AJB Bumiputera 1912 divisi syariah yang terdapat diseluruh Indonesia salah satunya ada di Banda Aceh.

Salah satu keberhasilan perusahaan asuransi syariah ialah melalui pemasaran. Pemasaran pada asuransi jiwa lebih diperlukan kemampuan merekrut, membina, mengembangkan dan *personal selling* (komunikasi langsung antara penjual dan calon nasabah dan membentuk pemahaman nasabah terhadap produk sehingga nasabah tertarik untuk membeli produk). Pada umumnya pemasaran asuransi dilakukan melalui agen, agen merupakan seseorang atau badan hukum yang kegiatannya memberikan jasa dalam memasarkan jasa asuransi atas nama perusahaan asuransi (Soemitra, 2009: 127).

Berkarier sebagai agen asuransi bisa dimulai dari mana saja, tidak perlu harus menyelesaikan pendidikan S1 terdahulu. Seseorang yang baru masuk kuliah juga bisa menjadi agen asuransi (Susanto, 2011: 82). Oleh karena itu seorang agen LKS harus memiliki profil dan etika yang berbeda dengan agen lembaga nonsyariah, dengan asumsi memiliki tingkat profesionalisme sama

dengan lembaga nonsyariah, maka agen di lembaga keuangan syariah harus memiliki nilai plus, terutama dalam kaitan implementasi nilai-nilai syariah dalam transaksi dan pemasaran, serta memelihara etika dan akhlak bisnis yang dibenarkan oleh syariah, apalagi seorang agen LKS harus memiliki wawasan tentang etika bisnis Islam yang luas, agar dapat menjalankan peran seorang agen sesuai dengan etika bisnis Islam, meskipun latar belakang pendidikan agen LKS kebanyakan bukan dari pendidikan yang syariah, tetapi agen pada LKS harus memahami tentang etika bisnis Islam agar LKS ini benar-benar dijalankan sesuai dengan syariah Islam (Sula, 2004: 707).

Asuransi AJB Bumiputera divisi syariah sebagai sebuah perusahaan asuransi yang sudah sangat di kenal masyarakat dan juga mengendalikan agen sebagai sumber utama untuk meningkatkan minat nasabah asuransi syariah. Seorang agen juga harus mempunyai pemahaman tentang etika bisnis Islam, produk yang akan dipasarkan, karena seorang agen yang mengerti dan memahami tentang etika bisnis Islam, produk yang akan dipasarkan sangat berpengaruh terhadap peningkatan nasabah asuransi syariah, semakin agen mengerti tentang etika bisnis Islam, produk yang akan di pasarkan dan mengimplementasi pada kegiatan pemasaran para calon nasabah, maka semakin mudah agen dalam meningkatkan minat nasabah asuransi syariah.

Seorang agen asuransi yang berkualitas menurut nasabah adalah agen yang dapat berperan sebagai penasihat yang baik,

memiliki wawasan, pengetahuan akan produk dan perusahaannya dengan baik, memiliki akhlaq dan sopan santun, peduli dan mudah bergaul (Amrin, 2007: 120). Apabila seorang agen selalu menerabkan perannya dengan baik maka agen tersebut akan semakin mudah dalam meningkatkan minat nasabah asuransi syariah.

Berdasarkan uraian di atas penulis bermaksud untuk meninjau lebih dalam tentang tingkat pemahaman dan peran agen dalam meningkatkan minat nasabah asuransi syariah. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Analisis Tingkat Pemahaman dan Peran Agen Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Asuransi Syariah (Studi Kasus pada AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Banda Aceh)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah tingkat pemahaman agen berpengaruh terhadap minat nasabah dalam asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Banda Aceh ?
2. Apakah peran agen berpengaruh terhadap minat nasabah asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Banda Aceh?

3. Apakah tingkat pemahaman agen dan peran agen berpengaruh terhadap minat nasabah asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh tingkat pemahaman agen terhadap minat nasabah dalam asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Banda Aceh.
2. Pengaruh peran agen terhadap minat nasabah asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Banda Aceh.
3. Pengaruh tingkat pemahaman agen dan peran agen terhadap minat nasabah asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi semua pihak, antara lain:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini ditujukan sebagai sarana untuk mengembangkan pengetahuan dan teori yang diperoleh di perguruan tinggi, guna disajikan sebagai bahan studi ilmiah dalam rangka penelitian lebih lanjut terutama berkaitan dengan tingkat

pemahaman dan peran agen dalam meningkatkan minat nasabah asuransi syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan baru dan pengalaman peneliti mengenai tingkat pemahaman dan peran agen dalam meningkatkan minat nasabah asuransi syariah. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pembelajaran dan pengalaman dalam penelitian selanjutnya.

b. Bagi para akademisi

Untuk memberikan kontribusi terhadap kajian mengenai tingkat pemahaman agen dan peran agen dalam meningkatkan minat nasabah asuransi syariah. Penelitian ini diharapkan berguna bagi para akademisi dalam mengembangkan teori asuransi syariah dan keagenan.

c. Bagi pihak Asuransi Syariah

Bagi pihak asuransi syariah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi perusahaan asuransi syariah untuk kemajuan di masa mendatang.

1.5 Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika penulisan, penulis membagi proposal ini menjadi beberapa bab dan setiap babnya atau sub bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I dalam penelitian ini yang berisi tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II merupakan studi teoritis yang terdiri dari bab-bab dan anak sub-sub bab yang memaparkan tentang definisi dan ruang lingkup asuransi syariah, teori meningkatkan minat nasabah, teori tingkat pemahaman agen, teori peran agen, pengaruh tingkat pemahaman agen terhadap meningkatkan minat nasabah asuransi syariah, pengaruh peran agen terhadap meningkatkan minat nasabah asuransi syariah, hasil penelitian sebelumnya, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III yang membahas tentang jenis penelitian, data dan teknik penerolehannya, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, uji validitas dan uji reliabilitas, variable penelitian, metode analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV yang membahas tentang gambaran umum lokasi penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V yang membahas tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1 Definisi dan Ruang Lingkup Asuransi Syariah

2.1.1 Pengertian Asuransi Syariah

Asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian di mana seorang penanggung mengikatkan diri kepada seorang tertanggung dengan menerima premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tak tentu (Burhanuddin, 2010: 97).

Menurut fatwa No.21/DSN-MUI/X/2001 tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah, pengertian Asuransi Syariah adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong di antara sejumlah orang /pihak melalui investasi dalam bentuk asset dan /atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah (Burhanuddin, 2010: 97).

Di antara berbagai istilah asuransi dalam Islam, yang paling sering digunakan adalah *takaful*. Secara bahasa, *takaful* (تَكَافُل) berasal dari akar kata (ك-ف-ل) yang artinya menolong, memberi nafkah dan mengambil alih perkara seseorang. *Takaful* dalam pengertian fiqh *muamalah* adalah jaminan sosial di antara sesama

muslim, sehingga antara satu dengan yang lainnya bersedia saling menanggung risiko. Kesediaan “menanggung” risiko pada hakikatnya merupakan wujud tolong-menolong atas dasar kebaikan (*tabarru'*) untuk meringankan beban penderitaan saudaranya yang tertimpa musibah. Dalam konteks kehidupan warga masyarakat yang saling memberikan pertolongan dan perlindungan maka akan terwujud kehidupan sosial yang stabil dan damai sebagai realisasi dari kesadaran masyarakat untuk berbuat kebaikan yang didasari nilai keimanan kepada tuhan (Burhanuddin, 2010: 98).

Dengan demikian gagasan mengenai asuransi *takaful* berkaitan dengan unsur saling menanggung risiko di antara para peserta asuransi, di mana peserta yang satu menjadi penanggung peserta yang lainnya. Tanggung menanggung tersebut dilakukan atas dasar saling tolong menolong dalam kebaikan dengan cara masing-masing mengeluarkan dana yang ditujukan untuk menanggung risiko tersebut. Dalam hal ini, perusahaan asuransi bertindak sebagai fasilitator yang saling menanggung di antara para peserta asuransi (Burhanuddin, 2010: 99).

Untuk mendapatkan asuransi, setiap orang dikenakan premi, yaitu kewajiban peserta asuransi untuk memberikan sejumlah dana kepada perusahaan asuransi sesuai dengan kesepakatan dalam akad. Karena itu setelah terdaftar sebagai peserta (anggota) asuransi, maka seseorang dengan sendirinya akan memiliki klaim, yaitu hak yang wajib diberikan oleh perusahaan asuransi sesuai dengan kesepakatan dalam akad. Pada asuransi konvensional, akad yang

digunakan adalah jual beli sehingga dana yang telah diserahkan sepenuhnya menjadi milik perusahaan. Berbeda dengan asuransi syariah, premi yang telah dibayarkan tetap menjadi milik nasabah yang diamanahkan perusahaan melalui akad *wakālah* (pelimpahan kekuasaan) (Burhanuddin, 2010: 99).

Dalam *muammalah* (transaksi jual beli), kejelasan bentuk akad sangat menentukan apakah transaksi yang dilakukan sudah sah atau tidak menurut kaidah *syar'i*. Demikian pula dengan berasuransi, ketidakjelasan bentuk akad akan berpotensi menimbulkan permasalahan dari sisi legalitas hukum Islam. Jika melihat fatwa DSN-MUI tentang pedoman asuransi syariah, maka pernyataan akad yang sesuai syariah” dapat dijabarkan sebagai akad atau perikatan yang terbebas dari unsur *garār* (ketidakjelasan), *maisīr* (judi), *riba* (bunga), *zulmu* (penganiayaan), barang haram, dan maksiat (Burhanuddin, 2010: 99).

Di samping itu, permasalahan asuransi selama tidak hanya berhenti pada transaksi yang digunakan, melainkan juga pada tempat di mana dana diinvestasikan. Artinya dana yang telah terkumpul melalui penawaran premi, harus diinvestasikan ke dalam bentuk usaha yang tidak bertentangan dengan syariah. Karena bagaimanapun, dana yang terkumpul di perusahaan asuransi tersebut merupakan amanah dari nasabah yang harus tersedia pada saat dibutuhkan dan dijamin kehalalannya ketika diinvestasikan. Ketentuan ini perlu diperhatikan, karena asuransi konvensional

dalam menempatkan dananya tanpa memperhatikan halal dan haramnya (Burhanuddin, 2010: 100).

Berdasarkan definisi di atas dapat di ambil intisari bahwa usaha saling melindungi dan tolong-menolong di antara para peserta asuransi merupakan unsur yang sangat penting dalam asuransi syariah. Apabila salah seorang anggota tertimpa musibah maka semua anggota yang lainnya membantu dengan merelakan premi yang dibayarkan oleh mereka untuk diberikan kepada anggota yang tertimpa musibah (Solikahan, 2015: 200).

2.1.2 Landasan Hukum Asuransi Syariah

Landasan dasar asuransi syariah adalah sumber dari pengambilan hukum praktik asuransi syariah. Karena sejak awal asuransi syariah dimaknai sebagai wujud dari bisnis pertanggungan yang didasarkan pada nilai-nilai yang ada dalam ajaran islam, yaitu Al-Quran dan sunnah Rasul (Ali, 2004:105).

a. Al-Quran

Al-Quran tidak menyebutkan secara tegas ayat yang menjelaskan tentang praktik asuransi seperti yang ada pada saat ini. Hal ini terindikasi dengan tidak munculnya istilah asuransi secara nyata dalam Al-Quran. Walaupun begitu Al-Quran masih mengakomodir ayat-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 di masa mendatang (Ali, 2004:105).

Di antara ayat-ayat Al-Quran yang mempunyai muatan nilai-nilai yang terdapat dalam praktik asuransi adalah :

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

Artinya :

“Tolong-menolong kamu dalam mengerjakan kebaikan dan takwa jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”(QS. Al-Maidah[5]:2)

Ayat ini menjelaskan bahwasanya sesama manusia harus saling tolong-menolong. Dalam bisnis asuransi, nilai ini terdapat pada praktik kerelaan anggota (nasabah) perusahaan asuransi untuk menyisihkan dananya agar digunakan sebagai dana sosial (*tabarru'*). Dana sosial ini berbentuk rekening *tabarru'* pada perusahaan asuransi dan difungsikan untuk menolong salah satu anggota (nasabah) yang mengalami musibah.

b. Hadits Rasulullah SAW

Hal yang mendukung tentang praktik asuransi syariah juga berdasarkan hadits Nabi Muhammad SAW. Berikut ini hadits yang mendukung prinsip-prinsip muammalah untuk diterapkan di dalam asuransi syariah (Hafidhuddin, 2002: 27).

عَنْ أَبِي مُوسَى قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمُؤْمِنُ لِلْمُؤْمِنِ
كَالْبُنْيَانِ يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضًا (رواه البخاري و مسلم)

Artinya :

“Diriwayatkan dari Abu Musa ra. Ia berkata bahwa Rasulullah SAW bersabda: ‘Seorang mukmin terhadap mukmin yang lain adalah seperti sebuah bangunan di mana sebagiannya menguatkan sebagiannya yang lain’”. (HR Bukhari dan Muslim)

Hadits ini menjelaskan bahwasannya manusia yang hidup di atas bumi ini harus saling tolong-menolong sesama manusia. Pada bisnis asuransi, nilai dari hadist ini terdapat pada kerelaan anggota (nasabah) perusahaan asuransi untuk menyisihkan dananya agar digunakan untuk anggota (nasabah) yang mengalami musibah.

c. Landasan Yuridis Asuransi Syariah

Pertumbuhan perekonomian khususnya dunia usaha asuransi merupakan salah satu bidang usaha yang sangat potensial untuk dikembangkan. Dalam segi hukum positif, asuransi syariah masih mendasarkan legalitasnya pada Undang-undang No.2 tahun 1992 tentang perasuransian (Sula, 2004:27). Asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, di mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan.

Pengertian di atas tidak dapat dijadikan landasan hukum yang kuat bagi asuransi syariah karena tidak mengatur keberadaan asuransi berdasarkan prinsip syariah, serta tidak mengatur teknis pelaksanaan kegiatan asuransi dalam kaitannya kegiatan administrasinya. Pedoman untuk menjalankan usaha asuransi syariah terdapat dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 21/ DSN-MUI/X/2001 tentang pedoman umum asuransi syariah (Zainuddin, 2008:129).

2.1.3 Prinsip-Prinsip Asuransi Syariah

Industri asuransi, baik asuransi kerugian maupun asuransi jiwa, memiliki prinsip-prinsip umum muamalah yang menjadi pedoman bagi seluruh penyelenggaraan kegiatan perasuransian di mana pun berada (Ali, 2004: 134), diantaranya:

a. Tauhid (Ketakwaan)

Jika dicermati ayat-ayat Al-Quran tentang muamalah, maka akan terlihat dengan jelas bahwa Allah selalu menyeru kepada umat-Nya agar muamalah yang dilakukannya membawanya kepada ketakwaan Allah SWT. Seorang muslim ketika membeli dan menjual, menyewakan dan mempekerjakan, melakukan penukaran dengan lainnya dalam harta atau berbagai kemanfaatan, ia selalu tunduk kepada aturan Allah SWT dalam bermuamalah. Ia tidak akan berusaha dengan sesuatu yang haram seperti riba, penimbunan, zalim, menipu, berjudi, mencuri, menyuap dan menerima suapan. Allah SWT meletakkan prinsip tauhid

(ketakwa'an) sebagai prinsip utama dalam muamalah. Oleh karena itu, segala aktivitas dalam muamalah harus senantiasa mengarahkan para pelakunya dalam rangka untuk meningkatkan ketakwaan kepada Allah SWT.

b. *Al-'Adl* (Sikap Adil)

Prinsip kedua dalam muamalah adalah *al-'adl*. Cukup banyak ayat Al-Quran yang memerintahkan umat manusia untuk bersikap adil terhadap siapapun termasuk terhadap dirinya sendiri. Allah mencintai orang-orang yang berbuat adil dan membenci orang-orang yang berbuat zalim, bahkan melaknat mereka. Sikap adil juga diperlukan ketika asuransi syariah (asuransi Islam) menentukan bagi hasil dalam *surplus underwriting* (selisih lebih dari total kontribusi peserta ke dalam dana *tabaru'* setelah dikurangi pembayaran santunan /klaim, kontribusi reasuransi dan cadangan teknis dalam satu periode tertentu) dan bagi hasil investasi antara perusahaan dan peserta. Karena itulah, *transparansi* (keterbukaan) dalam perbankan dan asuransi syariah menjadi sangat penting.

c. *At-Ta'āwun* (Tolong-Menolong)

Prinsip ketiga dalam muamalah adalah *ta'awun*. *Ta'awun* merupakan salah satu prinsip utama dalam interaksi muamalah. Bahkan *ta'awun* dapat menjadi fondasi dalam membangun sistem ekonomi yang kokoh, yang kaya memperhatikan yang miskin dalam hal kebutuhan financial, dan yang miskin membantu orang kaya dalam hal tenaga atau yang lainnya. *Ta'awun* merupakan inti

dari konsep takaful, dimana antar satu peserta dengan peserta lainnya saling menanggung risiko, yakni melalui mekanisme dana *tabarru'* dengan akad yang benar yaitu akad takaful atau akad *tabarru'*.

d. Al-Amanah (Terpercaya/ Jujur)

Menurut Yusuf Al-Qaradhawi, di antara nilai transaksi yang terpenting dalam bisnis adalah amanah atau kejujuran. Kejujuran merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang-orang yang beriman. Prinsip amanah dalam organisasi perusahaan dapat terwujud dalam nilai-nilai *akuntabilitas* (pertanggung jawaban). Perusahaan melalui penyajian laporan keuangan tiap periode. Dalam hal ini perusahaan harus memberi kesempatan yang besar bagi nasabah untuk mengakses laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan asuransi harus mencerminkan nilai-nilai kebenaran dan keadilan dalam muamalah dan melalui *auditor publik* (akuntan publik). Oleh karena itu, sifat terpenting bagi pembisnis yang diridhai Allah adalah kejujuran.

e. Ridha (Saling Rela)

Dalam bisnis asuransi, kerelaan dapat diterapkan pada setiap anggota (nasabah) perusahaan asuransi agar mempunyai motivasi dari awal untuk merelakan sejumlah dana (premi) yang disetorkan keperusahaan asuransi, yang difungsikan sebagai dana sosial (*tabarru'*). Dana sosial (*tabarru'*) memang betul-betul digunakan untuk membantu anggota (nasabah) asuransi jiwa jika

mengalami bencana kerugian. Jadi keridhaan dalam muamalah merupakan syarat sahnya akad antara kedua belah pihak, sedangkan mengetahui adalah syarat sahnya ridha.

f. Bebas Riba

Riba secara bahasa bermakna *ziyadah* (tambahan). Dalam pengertian lain, secara *linguistik* riba berarti tumbuh dan membesar. Sedangkan untuk istilah teknis riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil .

g. Bebas *garār* (Ketidakpastian), dan *maisīr* (Judi)

Gharār dalam pengertian bahasa adalah *al-khida'*(penipuan), yaitu suatu tindakan yang di dalamnya diperkirakan tidak ada unsur kerelaan . Hal ini tampak jelas apabila pemegang polis dengan sebab-sebab tertentu membatalkan kontraknya sebelum masa *reversing period* (masa dibolehkannya peserta untuk membatalkan kontrak dan mengambil uang /premi yang telah dibayarkannya adalah sepanjang waktu pertanggungan), biasanya tahun ketiga maka yang bersangkutan tidak akan menerima kembali uang yang telah dibayarkan kecuali sebagian kecil saja. Juga adanya unsur keuntungan yang dipengaruhi oleh pengalaman *underwriting*, di mana untung rugi terjadi sebagai hasil ketetapan.

2.2 Minat Nasabah

2.2.1 Pengertian Minat Nasabah

Minat adalah kecenderungan yang menetap dan subjek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam hal itu, dan juga keinginan kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang (Kotler dan Armstrong, 2011: 135). Minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut disertai rasa senang (Shaleh & Wahab, 2004:163).

Menurut Djamarah (2008: 132) minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang. Slameto (2010:180) menyatakan bahwa minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.

Menurut Crow and Crow dikutip dari Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

- a. Dorongan dari dalam individu, misal dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau

mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain.

- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dan emosi (Shaleh & Wahab, 2004: 263-264).

Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat suatu konsumen dalam membeli suatu Produk dapat di lihat dari segi eksternal dan internal. Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang berasal dari lingkungan eksternal. Yang termasuk faktor eksternal adalah faktor budaya dan faktor sosial. Sedangkan dari faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari lingkungan internal yang berpengaruh terhadap minat dalam membeli suatu produk, yang terdiri dari:

a. Faktor Pribadi

Dalam minat suatu pembelian produk, faktor pribadi juga mempengaruhi seorang individu. Faktor tersebut terdiri dari: umur dan tahapan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

b. Faktor Psikologi

Faktor psikologi adalah salah satu faktor yang cukup dominan dalam menentukan minat pembelian suatu produk, sebab pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh pola hidup keluarga dan kepribadian.

Nasabah adalah konsumen-konsumen sebagai penyedia dana. Sedangkan pengertian nasabah menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah orang yang biasa berhubungan atau menjadi pelanggan (Djaslin & Saladin, 2000: 683). Jadi dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan minat nasabah adalah daya tarik yang ditimbulkan oleh obyek tertentu yang membuat orang merasa senang dalam mempunyai keinginan berkecimpung atau berhubungan dengan obyek tersebut sehingga timbul suatu keinginan.

2.2.2 Indikator Minat Nasabah

Menurut McCarthy (2009) minat konsumen diartikan sebagai dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk membeli barang dan jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhannya, dan minat menjadi nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk menjadi nasabah di asuransi syariah benar-benar dilaksanakan. Indikator minat menjadi nasabah meliputi:

1. Ketertarikan, ditunjukkan dengan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang seorang nasabah terhadap produk yang dipasarkan, pelayanan dari perusahaan asuransi.
2. Keyakinan, ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari perusahaan asuransi syariah.

3. Kepercayaan, ditunjukkan dengan adanya kepercayaan terhadap perusahaan asuransi, sehingga nasabah juga merekomendasi perusahaan asuransi kepada orang lain.
4. Keinginan, ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki suatu produk yang dipasarkan beserta manfaat dari produk .

2.3 Tingkat Pemahaman Agen

2.3.1 Pengertian Tingkat Pemahaman Agen

Pemahaman adalah tingkat kemampuan yang mengharapakan *testee* (responden) mampu memahami arti atau konsep, situasi, serta fakta yang diketahuinya. Dalam hal ini *testee* tidak hanya hafal secara verbalistik, tetapi memahami konsep dari masalah atau fakta yang ditanyakan (Purwanto, 2002: 44). Pemahaman berasal dari kata paham yang mempunyai arti mengerti, sedangkan pemahaman merupakan proses perbuatan cara memahami (Fajri & Senja, 2008: 607-608). Menurut Benyamin S. Bloom pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat (Sudijono, 2011: 50).

Dalam perspektif ekonomi Islam ada beberapa modal dasar sikap yang harus dimiliki seorang agen syariah yang tercermin sikap profesionalisme dalam perannya sebagai penjualan produk syariah. Modal dasar sikap agen syariah terdiri dari bertanggung jawab, mandiri, kreatif, selalu optimis dan tidak mudah putus asa,

jujur dan dapat dipercaya, sabar dan tidak panik ketika mengalami kegagalan (Amrin, 2007:112).

a. Bertanggung jawab

Seorang agen asuransi syariah bertanggung jawab tidak semata-mata kepada para klien atau perusahaan yang diwakilinya, tetapi yang lebih penting dari semua itu bahwa ia harus dapat mempertanggung jawabkan semua transaksi yang dilakukan kepada Allah SWT, dengan sikap demikian maka seorang agen harus memiliki pribadi yang berguna dan taa kepada Allah SWT.

b. Mandiri

Mandiri artinya mampu berdiri di atas kaki sendiri, tidak bergantung nasib dan pertolongan dari orang lain atau beban masyarakat sekitar. Karena, tidak selamanya seseorang dapat menolong diri kita kecuali dengan cara daya dan upaya dari dalam diri kita sendiri. Kemandirian merupakan ajaran utama dalam islam (Amrin, 2007:117).

c. Kreatif

Banyak agen yang kreatif maka baginya banyak jalan menuju sukses dan banyak cara mencapai keberhasilan. Karena, bagi pribadi yang kreatif tidak akan pernah mengalami kegagalan atau kesulitan di dalam menuju keberhasilan cita-cita. Dengan berbagai akal yang dimiliki maka kita dapat mencapai rahmat dan rezeki-Nya di dunia ini.

d. Selalu optimis dan tidak mudah putus asa

Agen syariah di dalam berusaha tidak pernah mengenal kata putus asa, ia selalu optimis atas segala ikhtiar yang telah dilakukannya. Dalam ajaran Islam kita ditanamkan sikap selalu optimis dan tidak mudah putus asa. Sikap optimis dapat mendorong kesungguhan tekad untuk mendapatkan ridho Allah SWT. Jika agen telah memiliki niat yang kuat di dalam hati dengan berkeyakinan bahwa agen dapat mencapai sasaran yang dibarengi dengan suatu komitmen atau keteguhan hati pasti akan terjadi sesuatu yang luar biasa dalam diri kita.

e. Jujur dan dapat dipercaya

Kejujuran merupakan modal dasar di dalam keberhasilan usaha di segala bidang, sebagaimana dicontohkan oleh Rasulullah SAW di dalam menjalankan setiap transaksi bisnisnya, baik kepada kawan maupun lawan sehingga beliau dikenal sebagai *al-amin*, yaitu orang yang dapat dipercaya atas integritas di bidangnya. Karena, kejujuran dan kepercayaan seseorang seringkali menjadi penentu gagal dan suksesnya seseorang di dalam usahanya. Agen asuransi syariah harus menyampaikan, menginformasikan, atau mempresentasikan produknya sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dengan terbuka dan tidak ada yang disembunyikan.

f. Sabar dan tidak panik ketika mengalami kegagalan

Setiap manusia pasti akan menjalani ujian, misalnya kegagalan dalam usaha atau berbisnis sebagaimana halnya dengan agen syariah. Namun bagi pelaku pemasar syariah menyadari

bahwa Allah akan memberikan suatu keberhasilan bagi siapa saja yang selalu bersungguh-sungguh di dalam melakukan usahanya dengan sifat sabar dan tidak panik ketika mengalami kegagalan. Maka, tumbuh sikap optimis akan percaya dan yakin bahwa Allah adalah Maha Pengasih dan Penyayang.

2.3.2 Indikator Tingkat Pemahaman Agen

Beberapa pemahaman dan etika yang harus diperhatikan agen secara umum, diantaranya (Kertajaya & Sula, 2006: 96):

1. Memberikan informasi yang lengkap dan mudah dipahami.
2. Memberikan informasi tentang produk, keunggulan produk, manfaat produk dan nilai produk.
3. Menjelaskan jenis akad yang akan digunakan setiap kali terjadi transaksi.
4. Mengarahkan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

2.4 Peran Agen

2.4.1 Pengertian Peran Agen

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

peran. Suatu hak sebenarnya merupakan wewenang untuk berbuat atau tidak berbuat, sedangkan kewajiban adalah beban atau tugas (Bakir, 2009: 348).

Secara sosiologis peran adalah aspek dinamis yang berupa tindakan atau perilaku yang dilaksanakan oleh seseorang yang menempati atau memangku suatu posisi dan melaksanakan hak-hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya. Jika seseorang menjalankan peran tersebut dengan baik, maka dengan sendirinya akan berharap bahwa apa yang dijalankan sesuai dengan keinginan dari lingkungannya. Peran secara umum adalah kehadiran di dalam menentukan suatu proses keberlangsungan (Soekanto, 2002: 242). Peran memiliki aspek-aspek sebagai berikut:

- a. Peran meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peran dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan masyarakat.
- b. Peran adalah suatu konsep perihal apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
- c. Peran juga dapat diartikan sebagai perilaku individu yang sangat penting bagi struktur social masyarakat.

Jenis-jenis peran adalah sebagai berikut:

- a. Peran normatif adalah peran yang dilakukan seseorang atau lembaga yang didasarkan pada seperangkat norma yang berlaku dalam kehidupan masyarakat.

- b. Peran ideal adalah peranan yang dilakukan oleh seseorang atau lembaga yang didasarkan pada nilai-nilai ideal atau yang seharusnya dilakukan sesuai dengan kedudukan didalam suatu sistem.
- c. Peran faktual adalah peran yang dilakukan seseorang atau lembaga yang didasarkan pada kenyataan secara kongkrit di lapangan atau kehidupan sosial yang terjadi secara nyata (Soekanto, 2002: 243).

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

- a. Agen pemasar asuransi syariah perlu menginvestasikan waktu untuk menjelaskan *benefit* asuransi syariah kepada calon nasabah secara jujur dan terbuka (Hafidhuddin, 2002: 148).
- b. Agen asuransi syariah harus mampu bertindak sebagai perencana keuangan (*financial planner*) dengan memberikan pengetahuan yang memadai kepada calon nasabah asuransi syariah.
- c. Agen asuransi syariah perlu berupaya cerdas dan kreatif menggunakan media masa, baik cetak maupun elektronik untuk memasyarakatkan asuransi syariah. Misalnya seorang agen perlu belajar bagaimana penulisan bisnis, sehingga ia bisa menyusun artikel, *feature*, *advertorial*, atau pun buku yang bertujuan untuk mengedukasi masyarakat soal asuransi syariah.

- d. Agen pemasar asuransi perlu menggali informasi, data, dan fakta tentang pemahaman asuransi di dalam masyarakat Indonesia sehingga dapat disusun, strategi yang tepat sasaran dan menyentuh.
- e. Agen asuransi syariah perlu mengeliminasi pandangan *minor* atau sikap *apriori* masyarakat terhadap asuransi disebabkan banyaknya penipuan yang dilakukan oknum agen pemasar asuransi.

2.4.2 Indikator Peran Agen

Pada buku *Manajemen Sumber Daya Manusia*, dijelaskan bahwa setiap perusahaan memerlukan strategi manajemen SDM, yang terus menerus diorientasikan pada peningkatan kesadaran dan kemampuan pada setiap agen-agen asuransi. Indikator peran agen meliputi (Nawawi, 2003: 108):

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

2.5 Keterkaitan antar Variabel dan Penelitian Terdahulu

2.5.1 Pengaruh Tingkat Pemahaman Agen Terhadap Minat Nasabah Asuransi Syariah

Pentingnya pemahaman agen terhadap etika bisnis merupakan upaya untuk menyelaraskan kepentingan strategis suatu bisnis pada AJB Bumiputera Syariah dengan tuntutan moralitas. Tetapi penyelarasan di sini bukan berarti hanya mencari posisi saling menguntungkan antara kedua tuntutan tersebut, melainkan merekonstruksi pemahaman tentang bisnis dan sekaligus mengimplementasikan bisnis sebagai media usaha atau usaha perasuransian yang bersifat etis. Etis dalam pengertian sesuai dengan nilai-nilai bisnis pada satu sisi tidak bertentangan dengan nilai-nilai bisnis pada satu sisi dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai kebatilan, kerusakan dan kedzaliman dalam bisnis di sisi lainnya (Muhammad, 2004: 60).

Penelitian Shalihah (2012) mengatakan bahwa 80% agen AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Yogyakarta telah memahami etika pemasaran, prinsip-prinsip syariah dan kode etik keagenan secara teori. Hal ini menjadi alasan, karena dalam masa pendidikan sebelum menjadi agen, calon agen telah dibekali dengan pengetahuan terkait pemasaran produk, mekanisme, dan dijelaskan mengenai kode etik keagenan yang wajib dipatuhi seorang agen. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, agen mampu menjawab dan menjelaskan terkait etika bisnis Islami dan kode etik keagenan di AJB Bumiputera syariah.

2.5.2 Pengaruh Peran Agen Terhadap Minat Nasabah Asuransi Syariah

Agen yang berkualitas mempunyai peranan penting dalam perusahaan asuransi syariah, tanpa agen yang berkualitas dan produktif kegiatan dalam asuransi syariah tidak mungkin berjalan dengan baik. Kinerja agen merupakan akumulasi hasil yang diperoleh agen, baik secara individu maupun dalam perusahaan. Memiliki kinerja yang unggul bila target yang diterapkan oleh perusahaan tercapai, misalnya jumlah produk yang terjual mengalami peningkatan (Rahmawati, 2015: 6-7).

Penelitian Noviyarni (2011), mengatakan bahwa dalam meningkatkan nasabah, seorang agen berperan memperluas pasar, terutama untuk masyarakat yang belum menggunakan jasa asuransi melalui sosialisasi secara langsung. Agen juga berperan dalam mempertahankan dan meningkatkan pasar yang sudah ada dengan berupaya untuk menjaga komunikasi dengan pelanggan dalam rangka memberikan layanan terbaiknya. Dengan demikian, agen berperan dalam meningkatkan penjualan, baik melalui pasar baru, maupun dari pasar yang sudah ada dengan menciptakan *repeat order* (transaksi pembelian yang dilakukan oleh konsumen pada sebuah produk tertentu yang mana pembelinya dilakukan pada satu toko yang sama). Selain itu agen berperan dalam melakukan kegiatan pendidikan kepada masyarakat dengan mengenalkan perencanaan keuangan dan pengelolaan resiko dalam asuransi. Langkah yang dapat dilakukan agen dalam memberikan pendidikan masyarakat, diantaranya mengadakan pelatihan, ceramah dan

seminar, sehingga dengan sendirinya masyarakat mempunyai kesadaran yang tinggi dan mampu menumbuhkan tentang asuransi syariah. Dari uraian di atas maka sangatlah jelas bahwa agen memiliki peranan dan fungsi yang sangat penting bagi nasabah terutama perusahaan asuransi syariah dalam menjalankan aktivitas perusahaannya. Penelitian Fadhillah (2015) juga mengatakan bahwa strategi promosi yang dilakukan AJB Bumiputera 1912 divisi syariah 80% dilakukan melalui agen, maka sangatlah jelas bahwa agen mempunyai peran yang sangat penting pada bidang promosi. Begitu juga pada penelitian Rahmawati (2015) bahwasannya peran agen tidak lepas dari tugas dan usaha-usaha yang dilakukan oleh AJB Bumiputera 1912 syariah kantor cabang Semarang. Dari hasil analisis agen berperan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar dengan selalu menjaga komunikasi yang baik dengan pemegang polis. Namun pada kenyataannya kinerja agen AJB Bumiputera 1912 syariah kantor Semarang belum maksimal dalam arti ada beberapa hal yang perlu diperbaiki antara lain dari segi faktor agen, meliputi pelayanan agen terhadap pemegang polis rendah, sempitnya pangsa pasar agen karena kurangnya jaringan, loyalitas agen terhadap perusahaan rendah.

2.6 Hasil Penelitian Sebelumnya

Untuk menghindari penelitian terhadap objek yang sama atau pengulangan terhadap suatu penelitian yang sama, serta menghindari anggapan plagiasi terhadap karya tertentu, maka perlu

dilakukan review terhadap kajian yang pernah ada. Berikut penulis memaparkan beberapa penelitian yang membahas tema yang sama diantaranya:

a. Penelitian oleh Noviyarni

Judul penelitian skripsi yang ditulis oleh Noviyarni Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah pada tahun 2011 adalah “PERANAN AGEN DALAM MENINGKATKAN NASABAH ASURANSI SYARIAH (studi penelitian di PT. Bumi Putera Syariah cabang Ciputat)”. Penelitian yang dilakukan oleh Noviyarni menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah kepustakaan dan lapangan dengan menggunakan teknik wawancara. Penelitian yang dilakukan oleh Noviyarni melihat peran agen dalam meningkatkan nasabah asuransi syariah sangat berpengaruh besar, karena kesuksesan penjualan sangat tergantung pada kinerja para agen dan dari agenlah secara umum produk asuransi dapat sampai ke nasabah. Agen juga yang dapat menciptakan kebutuhan dan motivasi pembelian nasabah akan produk asuransi. Ini berarti agen sangat berpengaruh besar terhadap meningkatnya nasabah dan keberhasilan sebuah perusahaan asuransi syariah.

b. Penelitian oleh Irma Nur Hastuti Shalihah

Judul penelitian skripsi yang ditulis oleh Irma Nur Hastuti Shalihah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga pada tahun 2012 adalah “ PEMAHAMAN DAN IMPLEMENTASI

AGEN TERHADAP ETIKA BISNIS ASURANSI SYARIAH (studi di Bumiputera cabang Yogyakarta)”. Penelitian yang dilakukan oleh Irma Nur Hastuti Shalihah menggunakan metode *deskriptif analitik*, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah wawancara, angket, studi kepustakaan, metode dokumenter dan pendekatan. Penelitian yang dilakukan oleh Irma Nur Hastuti Shalihah melihat seberapa paham para agen asuransi syariah terhadap etika bisnis dan juga melihat bagaimana agen asuransi syariah mengimplementasi etika bisnis pada kesehariannya. Dari hasil yang didapat dari penelitian yang dilakukan, bahwasannya 80% agen AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Yogyakarta telah memahami etika pemasaran, prinsip-prinsip syariah dan kode etik keagenan secara teori, namun dalam implementasinya masih terdapat perilaku dan sikap para agen yang kurang sesuai dengan etika bisnis dan kode etik keagenan di AJB Bumiputera 1912 syariah.

c. Penelitian Oleh Nur Intan Fadhillah

Judul penelitian skripsi yang ditulis oleh Nur Intan Fadhillah Jurusan Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah pada tahun 2015 adalah “EFEKTIVITAS PEMASARAN PRODUK ASURANSI MELALUI KEAGENAN BRANCH OFFICE SYSTEM DALAM PENINGKATAN JUMLAH PREMI (studi kasus AJB Bumiputera 1912 divisi syariah)”. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Intan Fadhillah menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik

pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah wawancara dan metode dokumenter. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Intan Fadhillah melihat strategi dan karakteristik pemasaran melalui *branch office system* yang dimiliki di perusahaan AJB Bumiputera divisi syariah, karena sistem keagenan ini dipilih dengan tujuan agar perusahaan dapat melakukan pengendalian secara optimal, meskipun harus menanggung berbagai biaya yang cukup signifikan. Karena dengan keagenan ini, Kepala Cabang memegang kendali penuh dalam merancang strategi pemasaran melalui agen. Dengan menggunakan sistem keagenan *branchoffice system* beban perusahaan AJB Bumiputera 1912 divisi Syariah jauh lebih tinggi bila dibandingkan perusahaan asuransi syariah lainnya yang menggunakan *agency office system*.

d. Penelitian Oleh Winda Rahmawati

Judul penelitian skripsi yang ditulis oleh Winda Rahmawati Jurusan Ilmu Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo pada tahun 2015 adalah “ANALISIS PERANAN AGEN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN POLIS ASURANSI SYARIAH (Studi Kasus Pada AJB Bumiputera 1912 Syariah Kantor Cabang Semarang)”. Penelitian yang dilakukan oleh Winda Rahmawati menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah wawancara, observasi dan metode dokumenter. Dari hasil analisis, agen berperan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar dengan selalu

menjaga komunikasi yang baik dengan pemegang polis. Namun pada kenyataannya kinerja agen AJB Bumiputera 1912 syariah kantor cabang Semarang belum maksimal dalam arti ada beberapa hal yang perlu perbaiki antara lain dari segi faktor agen, meliputi pelayanan agen terhadap pemegang polis rendah, sempitnya pangsa pasar agen karena kurangnya jaringan, loyalitas agen terhadap perusahaan rendah.

Untuk lebih jelasnya, beberapa penelitian-penelitian terdahulu tercantum dalam tabel dibawah ini:

Tabel 2.1
Hasil-hasil Deskripsi Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
1	Noviyarni (2011)	“PERANAN AGEN DALAM MENINGKATKAN NASABAH ASURANSI SYARIAH (studi penelitian di PT. Bumi Putera Syariah cabang Ciputat)”. 	Penelitian yang dilakukan oleh Noviyarni melihat peran agen dalam meningkatkan nasabah asuransi syariah sangat berpengaruh besar, karena kesuksesan penjualan sangat tergantung pada kinerja para agen dan

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
			dari agenlah secara umum produk asuransi dapat sampai ke nasabah. Agen juga yang dapat menciptakan kebutuhan dan motivasi pembelian nasabah akan produk asuransi. Ini berarti agen sangat berpengaruh besar terhadap meningkatnya nasabah dan keberhasilan sebuah perusahaan asuransi syariah.
2	Irma Nur Hastuti Shalihah (2012)	PEMAHAMAN DAN IMPLEMENTASI AGEN TERHADAP ETIKA BISNIS	Dari hasil yang didapat dari penelitian yang dilakukan, bahwasannya 80% agen AJB Bumiputera 1912 syariah cabang

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
		ASURANSI SYARIAH (studi di Bumiputera cabang Yogyakarta)”	Yogyakarta telah memahami etika pemasaran, prinsip-prinsip syariah dan kode etik keagenan secara teori, namun dalam implementasinya masih terdapat perilaku dan sikap para agen yang kurang sesuai dengan etika bisnis dan kode etik keagenan di AJB Bumiputera 1912 syariah.
3	Nur Intat Fadhilah (2015)	“EFEKTIVITAS PEMASARAN PRODUK ASURANSI MELALUI KEAGENAN BRANCH OFFICE	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa menggunakan sistem keagenan <i>branchoffice system</i> beban perusahaan AJB Bumiputera 1912 divisi Syariah jauh lebih tinggi bila

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
		SYSTEM DALAM PENINGKATAN JUMLAH PREMI (studi kasus AJB Bumiputera 1912 divisi syariah)”.	dibandingkan perusahaan asuransi syariah lainnya yang menggunakan <i>agency office system</i> .
4	Winda Rahmawati (2015)	“ANALISIS PERANAN AGEN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN POLIS ASURANSI SYARIAH (Studi Kasus Pada AJB Bumiputera 1912 Syariah Kantor Cabang Semarang)”.	Dari hasil analisis agen berperan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar dengan selalu menjaga komunikasi yang baik dengan pemegang polis. Namun pada kenyataannya kinerja agen AJB Bumiputera 1912 syariah kantor cabang Semarang belum maksimal dalam arti ada beberapa hal yang perlu perbaiki antara lain dari segi factor agen, meliputi pelayanan agen terhadap pemegang polis rendah,

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
			sempitnya pangsa pasar agen karena kurangnya jaringan, loyalitas agen terhadap perusahaan rendah.

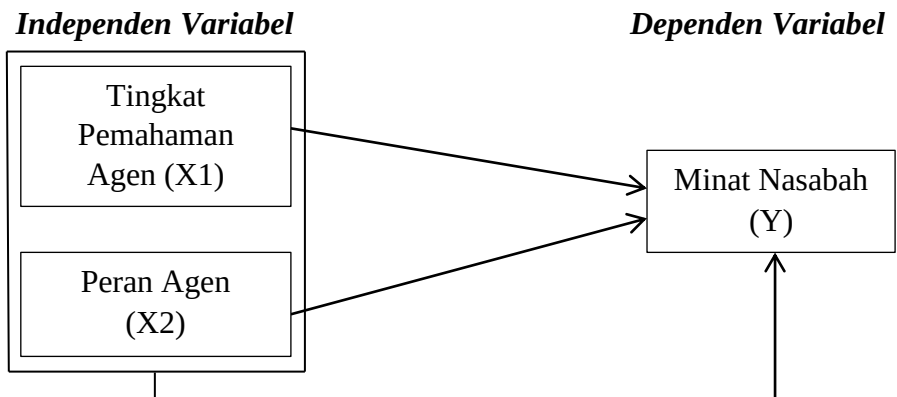
Berdasarkan penelitian sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa, Penelitian Noviyarni memiliki kesamaan dengan penelitian ini karena juga menekan pada aspek untuk meningkatkan nasabah. Namun penelitian ini berbeda dengan penelitian Noviyarni, karena penelitian ini lebih menekankan pada aspek tingkat pemahaman agen asuransi syariah untuk meningkatkan minat nasabah. Penelitian Irma Nur Hastuti Shalihah memiliki kesamaan dengan penelitian ini kerana sama-sama menekan pada aspek pemahaman. Namun penelitian ini berbeda dengan penelitian Irma Nur Hastuti Shalihah. Penelitian ini lebih menekankan aspek untuk meningkatkan minat nasabah untuk berasuransi pada asuransi syariah. Penelitian Nur Intan Fadhilah memiliki kesamaan dengan penelitian ini kerana juga menekan pada aspek keagenan. Namun penelitian ini berbeda dengan penelitian Nur Intan Fadhilah, karena penelitian ini lebih menekankan pada aspek tingkat pemahaman agen asuransi syariah untuk meningkatkan minat nasabah. Penelitian Winda Rahmawati

memiliki kesamaan dengan penelitian ini kerana juga menekan pada aspek keagenan. Namun penelitian ini berbeda dengan penelitian Winda Rahmawati, karena penelitian ini lebih menekankan pada aspek peningkatan minat nasabah asuransi syariah.

2.7 Kerangka Berfikir

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan penulis, dimunculkan kerangka berfikir untuk menjelaskan tingkat pemahaman dan peran agen dalam meningkatkan minat nasabah asuransi syariah. Berikut peneliti sajikan kerangka pemikiran yang skematis pada gambar 2.1

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



Kerangka berfikir ini untuk melihat apakah secara persial tingkat pemahaman agen (X1) sebagai variabel independen akan mempengaruhi minat nasabah (Y) sebagai variabel dependen, dan

apakah tingkat peran agen (X2) sebagai variabel independen akan mempengaruhi minat nasabah (Y) sebagai variabel independen. Dan juga melihat secara simultan tingkat pemahaman agen (X1) dan peran agen (X2) apakah akan mempengaruhi minat nasabah (Y) sebagai variabel independen.

2.8 Hipotesis

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H₀: Tingkat pemahaman tidak berpengaruh terhadap minat nasabah asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Banda Aceh.
- H₁: Tingkat pemahaman berpengaruh terhadap minat nasabah asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Banda Aceh.
- H₀: Peran agen tidak berpengaruh terhadap minat nasabah asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Banda Aceh.
- H₂: Peran agen berpengaruh terhadap minat nasabah asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Banda Aceh.
- H₀: Tingkat pemahaman dan peran agen tidak berpengaruh terhadap minat nasabah asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Banda Aceh.
- H₃: Tingkat pemahaman dan peran agen berpengaruh terhadap minat nasabah asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Syariah cabang Banda Aceh.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif (*quantitative methods*). Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang diolah dan dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2012: 8), metode penelitian yang berlandaskan pada filsafah positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif /statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Tujuan dan arah penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Sugiyono (2012: 13) penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain. Berdasarkan teori tersebut, penelitian deskriptif kuantitatif merupakan data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis tingkat pemahaman dan peranan agen dalam meningkatkan minat nasabah asuransi AJB Bumiputera 1912

3.2 Data dan Tehnik Pemerolehannya

3.2.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer, yang diperoleh dengan melakukan penelitian lapangan (*field research*) yaitu dengan cara melakukan penelitian secara langsung terhadap responden dengan menggunakan angket. Dalam hal ini menyerahkan angket secara langsung kepada para responden. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah asuransi AJB Bumiputera Syariah Cabang Banda Aceh .

Penelitian ini terdiri atas 13 pertanyaan, dimana 4 pertanyaan untuk menguji tingkat pemahaman agen, 5 pertanyaan untuk menguji peran agen, dan 4 pertanyaan untuk menguji minat nasabah.

3.2.2 Populasi dan Sampel

Nawawi (2003: 24) menyatakan bahwa populasi adalah keseluruhan objek penelitian, digunakan sebagai sumber data yang mewakili karakteristik tertentu dalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah AJB Bumiputera Syariah Cabang Banda Aceh.

Sampel dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Berdasarkan populasi yang berjumlah 2971 orang nasabah maka sampel yang diambil sebanyak 96 orang nasabah dari jumlah populasi. Penentuan jumlah sampel tersebut didasarkan pada

pendapat Slovin (Umar, 2005: 78), yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad (3.1)$$

$$n = \frac{2971}{1 + 2971(0,1)^2}$$

$$n = 96 \text{ (dibulatkan)}$$

Dimana:

N = Populasi

n = Jumlah Sampel

e = error

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh sampel sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *Non Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2012: 82).

Mengingat populasi relatif besar jumlahnya maka teknik sampling yang digunakan yaitu sampling *incidental*. Menurut

Sugiono (2012: 96) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ini dapat dipergunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama. Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan. Teknik pengumpulan data tersebut antara lain :

3.2.4 Penelitian Lapangan (Field Research)

Penelitian ini adalah Penelitian lapangan yang dilakukan oleh peneliti agar memperoleh data-data yang akurat melalui angket. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2012: 199). Menurut Suharsini Arikunto (2006) angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang dipergunakan untuk memperoleh informasi dari para nasabah asuransi AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Banda Aceh, atau hal-hal yang ia ketahui. Dari pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa *kuesioner* adalah suatu daftar pertanyaan

tertulis yang diberikan kepada nasabah asuransi AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Banda Aceh mengenai suatu masalah sehingga mendapatkan informasi tentang masalah tersebut.

Angket dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai tingkat pemahaman dan peran agen dalam meningkatkan minat nasabah asuransi AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Banda Aceh.

3.3 Skala pengukuran

Dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah *skala likert*. Menurut Sugiyono (2012: 137) *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi dari individu atau kelompok tentang fenomena sosial. Jawaban dari setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai *gradasi* dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata, antara lain : sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju, selalu, sering, kadang-kadang, tidak pernah. Instrumen penelitian yang menggunakan *skala likert* dapat dibuat dalam bentuk centang (*checklist*) ataupun pilihan ganda.

Data yang diperoleh dari skala likert merupakan data kualitatif yang dikuantitatifkan. Menghindari jawaban yang ragu-ragu maka dalam penelitian ini penulis hanya menggunakan 5 penilaian agen terhadap tingkat pemahaman dan peran agen dalam meningkatkan minat nasabah dengan lima tingkatan dari poin 1 untuk kondisi “sangat tidak setuju” (STS), poin 2 untuk kondisi

“tidak setuju”(ST), poin 3 untuk kondisi “biasa”(B), poin 4 untuk kondisi “setuju”(S), poin 5 untuk kondisi “sangat setuju” (SS).

3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, oleh karena itu untuk mengukur handal dan tidaknya kuesioner digunakan analisis validitas dan reliabilitas. Instrument yang valid dan reliable dalam mengumpulkan data sangat diperlukan untuk mendapatkan hasil penelitian yang juga valid dan *reliable*. Instrumen valid dapat mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran (Hadi, 2000:11). Sedangkan instrumen yang reliabel adalah instrumen yang jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, maka akan menghasilkan data yang sama.

Uji validitas instrumen dilakukan untuk menunjukan keabsahan dari instrumen yang akan dipakai pada penelitian. Menurut Arikunto (2006: 168) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Pengertian validitas tersebut menunjukan ketepatan dan kesesuaian alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel. Alat ukur dapat dikatakan valid jika benar-benar sesuai dan menjawab secara cermat tentang variabel yang akan diukur. Pengujian validitas ini menggunakan *pearson correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan.

Suatu pertanyaan dikatakan valid jika tingkat signifikansinya berada di bawah 0,01 (Ghozali, 2012: 52).

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui ketetapan suatu instrumen (alat ukur) didalam mengukur gejala yang sama walaupun dalam waktu yang berbeda. Menurut Sugiyono (2014: 348) reabilitas instrumen yaitu suatu instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, maka akan menghasilkan data yang sama. Hasil pengukuran yang memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi akan mampu memberikan hasil yang terpercaya. Butir angket dikatakan reliabel (layak) jika cronbach's alpha $> 0,60$ dan dikatakan tidak reliabel jika cronbach's alpha $< 0,60$ (Ghozali, 2012: 47).

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2012: 38).

a. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012: 39). Variabel dependen dalam penelitian

ini adalah meningkatkan minat nasabah untuk berasuransi syariah (Y).

Minat adalah kecenderungan yang menetap dan subjek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam hal itu, dan juga keinginan kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang. Seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang dikarenakan hal tersebut datang dari dalam diri seseorang yang didasarkan rasa suka dan tidak adanya paksaan dari pihak luar.

Minat nasabah dilihat dengan memperhatikan indikator ketertarikan, keinginan dan keyakinan. Variabel ini diukur menggunakan skala liker dengan lima tingkatan dari poin 1 untuk kondisi “sangat tidak setuju” (STS), poin 2 untuk kondisi “tidak setuju”(ST), poin 3 untuk kondisi “biasa”(B), poin 4 untuk kondisi “setuju”(S), poin 5 untuk kondisi “sangat setuju” (SS).

b. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, dan antesenden. Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel ini memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2012: 39). Variabel independen dalam penelitian ini adalah tingkat pemahaman agen (X1), peran agen (X2).

1. Tingkat pemahaman agen

Pemahaman adalah tingkat kemampuan yang mengharapakan *testee* (responden) mampu memahami arti atau konsep, situasi, serta fakta yang diketahuinya. Dalam hal ini *testee* tidak hanya hafal secara verbalistis, tetapi memahami konsep dari masalah atau fakta yang ditanyakan (Purwanto, 2002: 44). Pemahaman berasal dari kata paham yang mempunyai arti mengerti, sedangkan pemahaman merupakan proses perbuatan cara memahami (Fajri & Senja, 2008: 607-608). Menurut Benyamin S. Bloom pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan di ingat (Sudijono, 2011: 50).

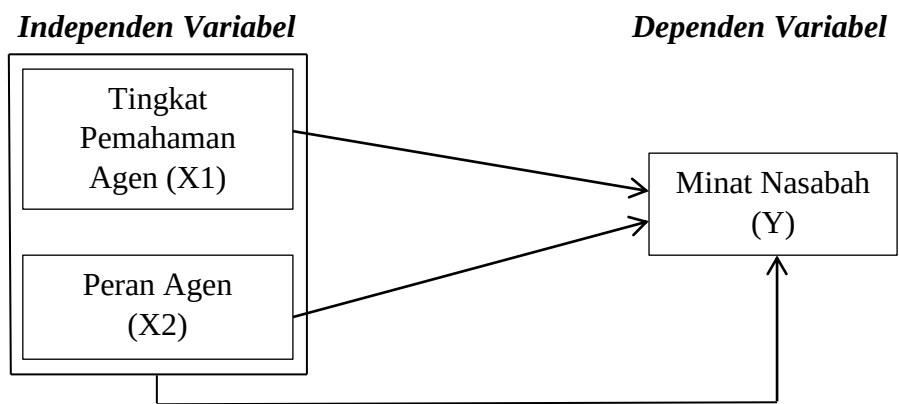
Tingkat pemahaman dilihat dengan memperhatikan indikator pemahaman tentang memberikan informasi yang lengkap dan mudah dipahami, memberikan informasi tentang produk, keunggulan produk, manfaat produk dan nilai produk, menjelaskan jenis akad yang digunakan setiap kali terjadi transaksi, mengarahkan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Variable ini diukur menggunakan skala liker dengan lima tingkatan dari poin 1 untuk kondisi “sangat tidak setuju” (STS), poin 2 untuk kondisi “tidak setuju”(ST), poin 3 untuk kondisi “biasa”(B), poin 4 untuk kondisi “setuju”(S), poin 5 untuk kondisi “sangat setuju” (SS).

2. Peran Agen

Peran diartikan sebagai perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan di masyarakat. Kedudukan dalam hal ini diharapkan sebagai posisi tertentu di dalam masyarakat yang mungkin tinggi, sedang-sedang saja atau rendah. kedudukan adalah suatu wadah yang isinya adalah hak dan kewajiban tertentu, sedangkan hak dan kewajiban tersebut dapat dikatakan sebagai peran. Oleh karena itu, maka seseorang yang mempunyai kedudukan tertentu dapat dikatakan sebagai pemegang peran. Suatu hak sebenarnya merupakan wewenang untuk berbuat atau tidak berbuat, sedangkan kewajiban adalah beban atau tugas (Bakir, 2009: 348).

Peran agen dilihat dengan memperhatikan indikator, selalu menghubungi calon nasabah sebelum melakukan kunjungan, kesadaran mengenai arti dan penggunaan waktu, cara berpakaian dan penampilan, menanggapi keberatan nasabah yang baik, menjaga hubungan dengan nasabah. Variabel ini diukur menggunakan skala liker dengan lima tingkatan dari poin 1 untuk kondisi “sangat tidak setuju” (STS), poin 2 untuk kondisi “tidak setuju”(ST), poin 3 untuk kondisi “biasa”(B), poin 4 untuk kondisi “setuju”(S), poin 5 untuk kondisi “sangat setuju” (SS).

Gambar 3.1
Model Penelitian



Secara ringkas matriks identifikasi dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1

Matriks Identifikasi dan Pengukuran Variabel

Variabel	Konsep Teori	Indikator	Skala
Minat Nasabah (Y)	Minat adalah kecenderungan yang menetap dan subjek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan	➤ Ketertarikan ➤ Keinginan ➤ Kepercayaan ➤ Keyakinan	

Variabel	Konsep Teori	Indikator	Skala
	merasa senang berkecimpung dalam hal itu, dan juga keinginan kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang. (Kotler & Armstrong: 135)		Skala Likert
Tingkat Pemahaman Agen (X_1)	Menurut S. Bloom pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan di ingat (Sudijono: 50)	➤ Memberikan informasi yang lengkap dan mudah dipahami. ➤ Memberikan informasi tentang produk, keunggulan produk, manfaat produk dan nilai produk. ➤ Menjelaskan	Skala Likert

Variabel	Konsep Teori	Indikator	Skala
		jenis akad yang akan digunakan setiap kali terjadi transaksi. ➤ Mengarahkan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.	
Peran Agen (X ₂)	Peran diartikan sebagai perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan di masyarakat. Seseorang yang mempunyai kedudukan tertentu dapat dikatakan sebagai pemegang	➤ Selalu menghubungi calon nasabah sebelum melakukan kunjungan. ➤ Kesadaran mengenai arti dan penggunaan waktu. ➤ Cara berpakaian dan	Skala Likert

Variabel	Konsep Teori	Indikator	Skala
	peran. (Bakir, 2009: 348).	penampilan. ➤ Menanggapi keberatan nasabah dengan baik. ➤ Menjaga hubungan dengan nasabah.	

Sumber: Data diolah (2018)

3.6 Metode Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan alat analisis statistik yaitu analisis regresi linier berganda (*multiple regression analysis*) yang bertujuan untuk mengetahui korelasi dan melihat tingkat pemahaman agen dan peran agen dalam meningkatkan minat nasabah asuransi syariah dengan model persamaan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \quad (3.2)$$

Dimana:

Y : Minat Nasabah Asuransi Syariah

α : Konstanta

X_1 : Tingkat Pemahaman Agen

- X_2 : Peran Agen
 β_1, β_2 : Koefisien Regresi
 e : Besaran nilai residu (standar *error*)

3.7 Pengujian Hipotesis

a. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variable-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,01. Ketentuan uji t adalah:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Apabila tingkat signifikansi kurang dari 0,01 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat. Sebaliknya apabila tingkat signifikansi lebih dari 0,01 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variable-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,01, ketentuannya sama dengan pengujian t, yaitu jika nilai signifikasinya kurang dari 0,01 maka H_0 ditolak, begitu pula sebaliknya.

c. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variable dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variable bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variable yang lain (Ashari & Santoso, 2005: 125). Nilai koefisien determinan (R^2) memiliki interval antara 0 sampai 1.

3.8 Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Analisis grafik yang digunakan untuk menguji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan grafik histogram dan *probability plot*. Grafik histogram digunakan untuk membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Kemudian *probability plot* digunakan untuk membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas (Sufren & Natanael, 2013 : 65):

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola

distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik higtogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ atau nilai $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas pada data yang akan diolah.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Akibat terjadinya heteroskedastisitas maka setiap terjadi perubahan pada variable terikat mengakibatkan *error*nya (residual) juga berubah sejalan atau kenaikan atau penurunannya. Dengan kata lain konskuensinya apabila variable terikat bertambah maka kesalahan juga akan bertambah. Pada penelitian ini cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot.

Dasar pengambilan keputusan uji heterokedastisitas adalah (Damodar & Gujarati, 2003 : 401):

- Jika ada pola tertentu seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Asuransi Bumiputera Menuju Asuransi Bumiputera Syariah

Asuransi Jiwa Bersama 1912 atau lebih dikenal sebagai Bumiputera 1912 adalah perusahaan asuransi jiwa nasional milik bangsa Indonesia yang pertama dan tertua. Di dirikan pada tanggal 12 Februari 1912 di Magelang Jawa Tengah atas prakarsa seorang guru sederhana bernama M. Ng. Dwidjosewojo seorang Sekretaris Persatuan Guru Hindia Belanda (PGHB) sekaligus Pegurus Besar Budi Utomo.

Gagasan pendirian perusahaan asuransi jiwa ini, terdorong oleh keprihatinan mendalam terhadap nasib para guru Bumiputera (pribumi) di mana saat itu statusnya jauh dibawah guru-guru Belanda. Sehingga kesejahteraan para guru pribumi sangat kurang terjamin apalagi di masa tua atau pension mereka. Ia mencetuskan gagasannya pertama kali dalam konggres Budi Utomo tahun 1910. Kemudian baru terealisasi menjadi Badan Usaha sebagai salah satu keputusan konggres pertama PGHB di Magelang tanggal 12 Februari 1912. Dalam kepengurusannya M. Ng Dwidjosewojo bertindak sebagai Presiden Komisaris dan dibantu oleh M. K. H Soebroto sebagai Direktur dan M. Adimidjojo sebagai bendahara. Ketiga orang inilah yang kemudian dikenal sebagai “tiga

serangkai” pendiri Bumiputera, sekaligus sebagai batu perusahaan asuransi nasional Indonesia.

Tidak seperti perusahaan berbentuk Perseroan Terbatas (PT) yang kepemilikannya hanya oleh pemodal tertentu. Sejak awal pendirian Bumiputera sudah menganut sistem kepemilikan dan kekuasaan yang unik, yakni bentuk badan usaha “mutual” atau “usaha bersama”.

Periode demi periode AJB Bumiputera berkembang dengan pesatnya, dan mulai melebarkan sayap dengan mendirikan Unit syariah AJB Bumiputera 1912 secara resmi berbentuk sejak dikeluarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. Kep. 286/KMK.6/2002 tanggal 7 November 2002 dalam bentuk cabang usaha asuransi Jiwa Syariah dan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 21/SDN-MUI/X/2001, 17 Oktober 2001 demi menjaga kemurnian pelaksanaan prinsi-prinsip syariah Jakarta. Diawali dengan memenangkan tender dari pemerintah untuk mencover Asuransi Perjalanan Haji wilayah Indonesia tahun 2003 (Ketua Konsorsium dengan kuota 85%). Salah satu alasan AJB Bumiputera 1912 terpilih karena asuransi AJB Bumiputera 1912 satu-satunya perusahaan asuransi di mana kantor cabangnya tersebar luas diseluruh wilayah Indonesia yang jumlahnya lebih dari 600 kantor cabang. Selain itu juga pengalamannya yang hampir saratus tahun di dunia perasuransian yang menjadikan perusahaan ini banyak mendapat kepercayaan dari masyarakat.

Pada awalnya pembentukannya divisi atau cabang asuransi syariah mempunyai sarana dan prasarana SDM, perkantoran dan sistem yang sangat terbatas. Namun demikian divisi asuransi syariah telah memulai operasinya, ditandai dengan dilimpahkannya pengelolaan asuransi kumpulan perjalanan haji dari divisi asuransi kumpulan, dan selanjutnya diluncurkan produk asuransi perorangan syariah Mitra Maburr dan Mitra Iqra.

4.1.2 Falsafah, Visi, dan Misi AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah

Beberapa falsafah, visi dan misi yang terdapat pada asuransi AJB Bumiputera 1912 divisi syariah, yaitu:

1. Falsafah

a. Idealisme

Senantiasa memelihara nilai-nilai perjuangan dalam mengangkat kemartabatan anak bangsa sesuai sejarah pendirian Bumiputera 1912 sebagai perusahaan perjuangan.

b. Mutualisme (kebersamaan)

Mengedepankan sistem kebersamaan dalam pengelolaan perusahaan dengan memberdayakan potensi komunitas Bumiputera sebagai manifestasi perusahaan rakyat.

c. Profesionalisme

Memiliki komitmen dalam pengelolaan perusahaan dengan mengedepankan tata kelola perusahaan yang baik dan

senantiasa berusaha menyesuaikan diri terhadap tuntutan perubahan lingkungan.

2. Visi

Menjadi wahana untuk untuk menjadikan Bumiputera sebagai asuransinya bangsa Indonesia di segmen asuransi jiwa syariah.

3. Misi

Menjadikan Bumiputera selalu berada di benak dan dihati bangsa Indonesia di segmen asuransi jiwa syariah:

- a. Memelihara keberadaan Bumiputera sebagai perusahaan perjuangan.
- b. Mengembangkan korporasi dan koperasi yang menerapkan prinsip dasar gotong-royong.
- c. Menciptakan berbagai produk dan layanan yang memberikan manfaat optimal bagi komunitas Bumiputera.
- d. Mewujudkan perusahaan yang berhasil secara ekonomi dan sosial.

4.1.3 Produk-Produk AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu. Dengan misi memberikan pelayanan yang optimal kepada seluruh ummat sekaligus memakmurkan ummat asuransi syariah

Bumiputera tidak takut untuk lebih konsen terhadap mensosialisasikan produk yang dibutuhkan masyarakat.

Produk-Produk AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah, yaitu:

1. Mitra Iqra'

Adalah produk asuransi syariah yang dikeluarkan oleh AJB Bumiputera 1912 divisi syariah yang ditujukan untuk para orang tua yang khawatir akan pendidikan anak-anaknya, yang semakin lama membumbung tinggi. Karena itu dibuatkan produk ini, dengan maksud membantu para orang tua dalam merencanakan dana tabungan pendidikan bagi putra-putri mereka yang menyisihkan sebagian pendapatan secara teratur.

2. Mitra Maburr Plus

Adalah produk yang dimaksudkan untuk membantu peserta dalam mewujudkan inpiannya, yakni mengunjungi Baitullah. Dengan hati yang tenang, tanpa khawatir meninggalkan keluarga di tanah air.

3. AJSB Assalam Family

Adalah produk asuransi jiwa syariah yang dikeluarkan oleh AJB Bumiputera yang didesain khusus untuk keluarga Indonesia dimana satu polis sudah cukup untuk memberikan perlindungan (satu) bagi seluruh anggota keluarga dengan pilihan *plan* asuransi yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan.

4. Asuransi Mikro Syariah AJSB Assalam

Adalah produk asuransi jiwa syariah yang dikeluarkan oleh AJB Bumiputera yang didesain untuk memberikan perlindungan bagi seseorang dengan kontribusi yang terjangkau.

4.1.4 Pendidikan dan Pelatihan Agen

Agen yang sudah diikat dengan kontrak, tahap selanjutnya diikutsertakan dalam pelatihan dan pendidikan guna pengembangan diri agen ke depan. Pendidikan dan pelatihan ini makin penting karena target pasar yang akan dihadapi oleh agen juga makin berkembang. Pelatihan dan pendidikan bagi agen dibedakan antara agen baru dan agen yang sudah berpengalaman. Hal penting yang harus diingat oleh manajer keagenan adalah tidak boleh terlintas dalam pikirannya rasa bosan memberikan pelatihan dan pendidikan kepada agen baru karena agen bukan pekerjaan yang bersifat *hereditas* (bawaan sejak lahir). Namun, agen andal itu dicetak dengan pelatihan dan pendidikan yang berkesinambungan. Setidaknya tujuan pendidikan dan pelatihan agen diarahkan untuk mencapai hal-hal berikut ini.

1. Kemampuan menjual

Kemampuan ini mutlak harus bisa diciptakan pada diri agen karena inilah tujuan utama dia diikutsertakan dalam pendidikan dan pelatihan. Apa jadinya jika agen yang direkrut, kemudian dididik, tidak dapat memasarkan produk asuransi karena hambatan komunikasi, tidak percaya diri, atau alasan lain. Dengan begitu,

pendidikan dan pelatihan harus juga bisa mengeksplorasi kelemahan-kelemahan agen. Berdasarkan itu, pendidikan dan pelatihan dapat diarahkan pada mengisi atau menutupi sisi kelemahan agen yang bersangkutan.

2. Kemampuan manajerial

Pendidikan dan pelatihan agen juga diharapkan harus mampu menumbuhkan kemampuan menejerial pada diri agen karena ia akan dikembangkan pada jenjang karier selanjutnya, misalnya menjadi unit manajer pemasaran yang mengoordinasi beberapa agen di bawah unitnya.

3. Kemampuan administrasi

Menumbuhkan kemampuan administrasi pada diri agen hamper dilupakan dalam pendidikan dan pelatihan, seolah-olah agen tidak perlu mengetahui seluk-beluk prosedur administrasi perusahaan asuransi. Padahal, kemampuan ini sangat dibutuhkan agen sebagai bekal untuk menghadapi pertanyaan-pertanyaan calon peserta, misalnya mengenai prosedur pengisian formulir permintaan asuransi, prosedur penerbitan, dan prosedur klaim.

Dalam pemberian pendidikan dan pelatihan, harus dibedakan antara agen baru dan agen lama. Gunanya untuk mencegah kebosanan.

1. Agen baru

Sulabus yang dapat diberikan untuk agen baru adalah sebagai berikut.

- a. Dasar-dasar asuransi jiwa
- b. Landasan hukum asuransi syariah, baik secara *syara'* maupun hukum negara.
- c. Pengetahuan produk, termasuk menghitung manfaat asuransi dan menentukan besaran *tabarru'*.
- d. Teknik memasarkan asuransi syariah, mencakup tata cara menentukan pasar sasaran, cara bertelepon, mengatasi keberatan calon peserta, presentasi, dan melakukan penutupan.
- e. Sistem seleksi risiko, mencakup tata cara pengisian aplikasi, persyaratan medis dan nonmedis, proses penerbitan polis, syarat umum polis, dan pemulihan polis.
- f. Etika bisnis asuransi syariah, yaitu hal-hal yang dibolehkan dan hal-hal yang dilarang.
- g. Membuat perencanaan kerja.

2. Agen lama

Pelatihan dan pendidikan yang diberikan kepada agen lama atau agen yang sudah berpengalaman merupakan kelanjutan dari pendidikan dasar ketika mereka menjadi agen baru. Peserta pendidikan dan pelatihan dapat dipilih dari agen-agen yang memiliki prestasiutupan untuk kurun waktu tertentu sebagai bonus atau penghargaan atas kinerjamereka. Diharapkan dengan adanya pelatihan dan pendidikan ini, mereka lebih termotivasi sehingga tujuan perusahaan untuk meraih laba dapat tercapai. Para pengajar pada pelatihan dan pendidikan lanjutan dapat diambil dari luar

perusahaan yang telah sukses dalam bidangnya. Tentu silabus yang disusun harus berpedoman pada tujuan pendidikan dan pelatihan yang telah diuraikan di atas.

4.2 Analisis Responden dan Deskriptif Data Penelitian

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angket yang disampaikan secara langsung oleh peneliti kepada para responden, yaitu nasabah asuransi AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Banda Aceh. Setelah angket selesai diisi oleh responden, peneliti mengambil kembali untuk selanjutnya ditabulasikan dan diolah dengan menggunakan *computer software* melalui *Program Statistik Package for Social Science* (SPSS) dan *Microsoft Excel*. Lama waktu responden dalam mengembalikan kuesioner berbeda-beda. Jumlah kuesioner yang dibagikan kepada responden sebanyak 96 kuesioner.

Berdasarkan metode penelitian yang dipilih untuk pengambilan sampel yang telah dijelaskan pada bab III, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 96 responden. 96 responden ini selanjutnya akan digunakan untuk pengujian data dan hipotesis yang dirincikan dengan data demografi responden sebagai berikut:

Tabel 4.1
Demografi Responden Penelitian

No	Demografi Responden	Frekuensi	Persentase
1.	Jenis Kelamin:		
	a. Laki-Laki	61	63,5%
	b. Perempuan	35	36,5%
2.	Usia:		
	a. 20-29 tahun	3	3,1%
	b. 30-39 tahun	57	59,4%
	c. 40- 49 tahun	36	37,5%
3.	Status:		
	a. Belum Menikah	3	3,1%
	b. Menikah	93	96,9%
4.	Pendidikan:		
	a. D3	8	8,3%
	b. S1	77	80,2%
	c. S2	11	11,5%
4.	Lama menjadi nasabah AJB:		
	a. < 1 tahun	3	3,1%
	b. 1-3 tahun	36	37,5%
	c. 3-5 tahun	32	33,3%
	d. >5 tahun	25	26,0%

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Responden dalam penelitian ini dapat ditinjau dari berbagai karakteristik. Karakteristik yang dimaksud meliputi jenis kelamin, usia, status, pendidikan dan seberapa lama menjadi nasabah di AJB Bumiputera. Sebagian besar diantara responden adalah laki-laki yakni sebanyak 61 orang atau sebesar 63,5% dari jumlah keseluruhan responden. Dengan demikian perempuan hanya 35 orang atau sebesar 36,5% dari jumlah keseluruhan responden.

Selanjutnya dilihat dari usia masing-masing responden. Sebanyak 3 orang (3,1%) berusia antara 20-29 tahun. Sebanyak 57 orang (59,4%) berusia antara 30-39 tahun. Sisanya sebanyak 36 orang (37,5%) berusia antara 40-49 tahun. Selanjutnya ditinjau dari statusnya, sebanyak 3 orang (3,1%) belum menikah dan sebanyak 93 orang (96,9%) mempunyai status sudah menikah.

Selanjutnya dilihat dari pendidikannya, sebanyak 8 orang (8,3%) dari jumlah responden keseluruhan memiliki jenjang pendidikan terakhir D3. Sebanyak 77 orang (80,2%) memiliki jenjang pendidikan S1. Sedangkan sisanya sebanyak 11 orang memiliki jenjang pendidikan S2.

Karakteristik responden yang terakhir adalah seberapa lama menjadi nasabah asuransi AJB Bumiputera dari masing-masing responden. Sebanyak 3 orang (3,1%) telah menjadi nasabah kurang dari 1 tahun. Sebanyak 36 orang (37,5%) telah menjadi nasabah selama 1-3 tahun. Sebanyak 32 orang (33,3%) telah menjadi nasabah selama 3-5 tahun. Sisanya 25 orang (26,0%) telah menjadi nasabah lebih dari 5 tahun.

Deskriptif data penelitian untuk melihat karakteristik data yang digunakan meliputi; jumlah sampel, rata-rata, skor minimum, skor maksimum, median, mode, standar deviasi, dan varians sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.2 berikut.

Tabel 4.2
Deskriptif Data Penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Minat Nasabah	96	3,50	5,00	4,5833	,45258
Tingkat Pemahaman Agen	96	3,00	5,00	4,3047	,47184
Peran Agen	96	3,60	5,00	4,3229	,41282
Valid N (listwise)	96				

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui bahwa untuk variabel minat nasabah memiliki nilai rata-rata sebesar 4,58 dengan nilai minimum dan maksimum masing-masing sebesar 3,50 dan 5 serta standar deviasi sebesar 0,452. Untuk variabel tingkat pemahaman agen memiliki nilai rata-rata sebesar 4,30 dengan nilai minimum dan maksimum masing-masing sebesar 3 dan 5 serta standar deviasi sebesar 0,471. Untuk variabel peran agen memiliki nilai

rata-rata sebesar 4,32 dengan nilai minum dan maksimum masing-masing sebesar 3,60 dan 5 serta standar deviasi sebesar 0,412.

4.3 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik, yaitu dengan menggunakan uji *pearson correlation*. Pertanyaan dinyatakan valid jika nilai r hitung $>$ r table atau nilai p -value lebih kecil dari α 10%. Hasil mengenai uji validitas dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut.

Tabel 4.3
Uji Validitas

No	Variabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1.	Tingkat pemahaman agen	X1	0,794	0,168	Valid
		X2	0,665		Valid
		X3	0,856		Valid
		X4	0,872		Valid
2.	Peran agen	X1	0,797	0,168	Valid
		X2	0,709		Valid
		X3	0,674		Valid
		X4	0,772		Valid
		X5	0,778		Valid
3.	Minat nasabah	Y1	0,757	0,168	Valid
		Y2	0,883		Valid
		Y3	0,848		Valid

No	Variabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
		Y4	0,857		Valid

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan hasil pengujian validitas, diketahui bahwa seluruh item pertanyaan di dalam angket telah memenuhi indikator valid, sehingga dapat dipastikan kuisioner ini sah digunakan sebagai instrument penelitian.

Untuk menguji kehandalan kuesioner yang digunakan, maka penelitian ini menggunakan uji reliabilitas. Analisis yang digunakan untuk menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan skala variabel yang ada. Uji reliabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Untuk mengetahui reliabel atau tidak suatu variabel dilakukan uji statistik dengan melihat nilai *cronbach alpha*. Kriteria yang digunakan adalah:

- Jika nilai *cronbach alpha* $> 0,60$ maka pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel.
- Jika nilai *cronbach alpha* $< 0,60$ maka pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliabel.

Hasil pengolahan data memperlihatkan nilai *cronbach alpha* untuk masing-masing variabel yakni sebesar 0,812 untuk variabel tingkat pemahaman agen (X1), dan sebesar 0,811 untuk

variabel peran agen (X2). Sebesar 0,857 untuk variabel minat nasabah (Y). Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini menghasilkan nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel > 0.60, sehingga seluruh variabel yang digunakan dinyatakan reliabel. Nilai *cronbach alpha* untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut.

Tabel 4.4
Uji Reliabilitas

N o	Variabel	Item	Nilai Alpha	Kehandalan
1.	Tingkat pemahaman agen (X1)	4	0,812	Reliable
2.	Peran agen (X2)	5	0,811	Reliabel
4.	Minat nasabah (Y)	4	0,857	Reliabel

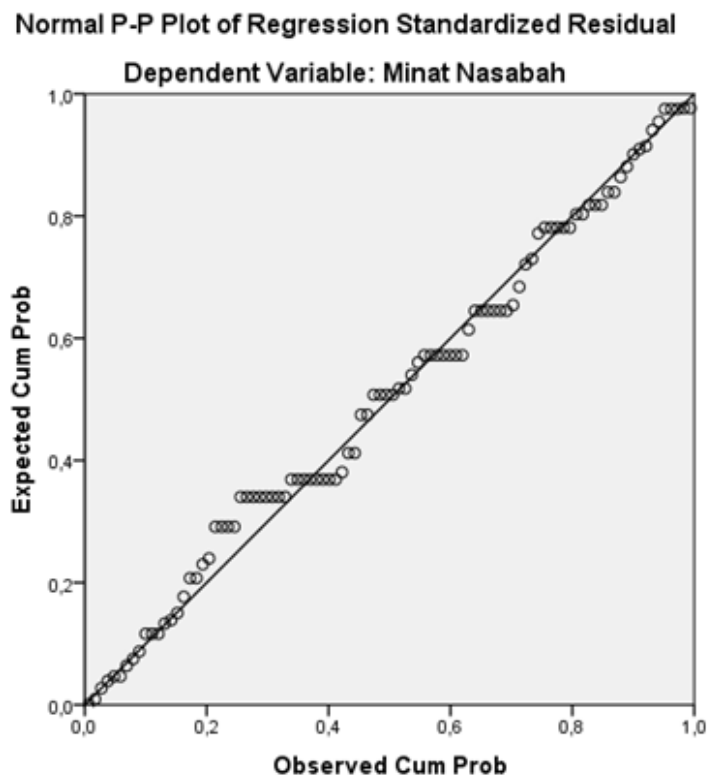
Sumber: Data Primer Diolah 2018

4.4 Pengujian Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi dengan normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki nilai residual terdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.1
Gambar Pengujian Normalitas



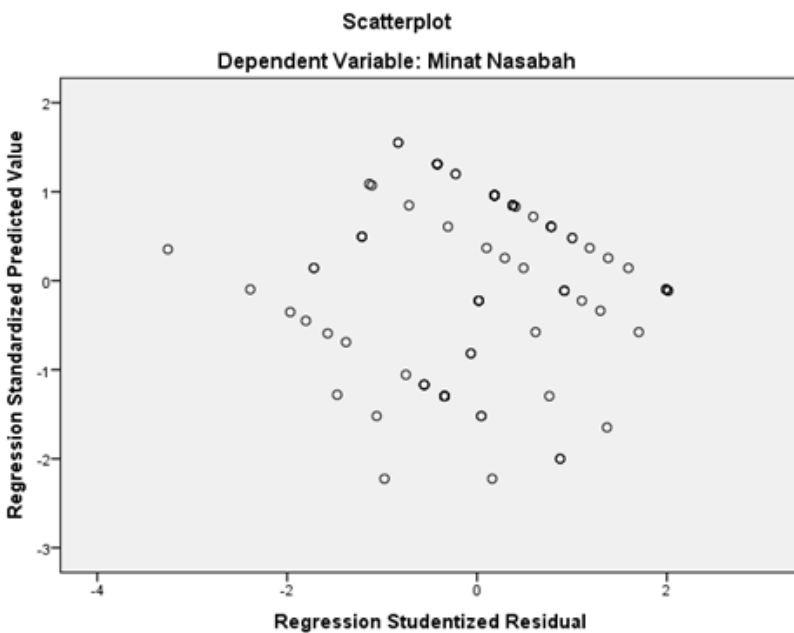
Berdasarkan pengujian normalitas pada grafik 4.1 terlihat bahwa plot sisaan berada pada garis regresi, maka asumsi bahwa galat menyebar berdistribusi normal terpenuhi.

4.4.2 Uji Heterokedastisas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi penelitian yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.2

Gambar Pengujian Heterokesdastisitas



Berdasarkan pengujian reliabilititas pada gambar 4.1, terlihat bahwa plot amatan terhadap residual menyebar acak sehingga

asumsi bahwa varians galat homogenya terpenuhi atau tidak terjadi heterokedestisitas.

4.4.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Uji multikolonieritas dilakukan dengan melihat nilai VIF. Jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi masalah multikolinearitas. Hasil perhitungan data diperoleh nilai VIF sebagai berikut.

Tabel 4.5
Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Keterangan
Tingkat pemahaman agen	1,29 3	Tidak terjadi gejala multikolonieritas
Peran agen	1,29 3	Tidak terjadi gejala multikolonieritas

Sumber: Data Diolah 2018

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa semua nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas yaitu korelasi antar variabel bebas.

4.5 Analisis Tingkat Kepuasan Responden

Analisis deskripsi kualitatif yang dilakukan terhadap 96 jawaban responden mengenai variabel-variabel penelitian yang meliputi tingkat pemahaman agen, peran agen dan minat nasabah. Gambaran umum persepsi responden terhadap masing-masing pernyataan dalam variabel terkait dapat dilihat dari skor rata-rata (mean) untuk masing-masing variabel sebagaimana dalam Tabel 4.7, 4.8 dan Tabel 4.9.

4.5.1 Persepsi Responden Terhadap Tingkat pemahaman agen

Pemahaman adalah tingkat kemampuan yang mengharapkan *testee* (responden) mampu memahami arti atau konsep, situasi, serta fakta yang diketahuinya. Dalam hal ini *testee* tidak hanya hafal secara verbalistik, tetapi memahami konsep dari masalah atau fakta yang ditanyakan. Dalam penelitian ini, tingkat pemahaman agen dijabarkan kedalam 4 pertanyaan. Masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban yang berkisar antara sangat tidak setuju (skor 1) sampai sangat setuju (skor 5).

Persepsi responden pada tingkat pemahaman agen terhadap minat nasabah ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.6
Persepsi Responden terhadap Tingkat pemahaman agen

Pernyataan	Frekuensi					Rata-Rata
	STS	TS	KS	S	SS	
X1			2	47	47	4,46
X2			3	58	35	4,33
X3			8	55	33	4,26
X4			15	51	30	4,15
Jumlah Rata-Rata						4,3

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.7, diketahui bahwa rata-rata skor alternatif pilihan jawaban responden terhadap seluruh pertanyaan yang berhubungan dengan tingkat pemahaman agen yang menunjukkan angka sebesar 4,71 yang berarti responden rata-rata menjawab setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan berkaitan dengan variabel tingkat pemahaman agen.

4.5.2 Persepsi Responden Terhadap Peran agen

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

mempunyai kedudukan tertentu dapat dikatakan sebagai pemegang peran. Suatu hak sebenarnya merupakan wewenang untuk berbuat atau tidak berbuat, sedangkan kewajiban adalah beban atau tugas (Bakir, 2009: 348). Dalam penelitian ini, peran agen dijabarkan dalam 5 pertanyaan. Masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban yang berkisar antara sangat tidak setuju (skor 1) sampai sangat setuju (skor 5).

Persepsi responden pada peran agen terhadap minat nasabah ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.7
Persepsi Responden terhadap Peran agen

Pernyataan	Frekuensi					Rata- Rata
	STS	TS	KS	S	SS	
X1			1	48	47	4,47
X2				47	49	4,51
X3				51	45	4,46
X4			13	60	23	4,10
X5			16	59	21	4,05
Jumlah Rata-Rata						4,32

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.8, diketahui bahwa rata-rata yang diperoleh adalah sebesar 4,32 yang berarti responden rata-rata menjawab setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan berkaitan dengan variabel peran agen.

4.5.3 Persepsi Responden Terhadap Minat nasabah

Minat nasabah adalah Minat adalah kecenderungan yang menetap dan subjek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam hal itu, dan juga keinginan kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang. Dalam penelitian ini, variabel minat nasabah dijabarkan kedalam 4 pertanyaan. Masing-masing pertanyaan tersebut diberikan alternatif pilihan jawaban yang sama dengan variabel-variabel yang telah dianalisis sebelumnya yang berkisar antara sangat tidak setuju (skor 1) sampai dengan sangat setuju (skor 5). Tingkat persetujuan responden terhadap item-item pertanyaan yang berhubungan dengan minat nasabah tersebut dapat dilihat dari alternatif pilihan jawaban responden terhadap masing-masing pernyataan.

Persepsi responden pada minat nasabah ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.8

Persepsi Responden terhadap Minat nasabah

Pernyataan	Frekuensi					Rata-Rata
	STS	TS	KS	S	SS	
Y1			1	37	58	4,59
Y2			2	37	57	4,57
Y3			2	34	60	4,60
Y4			4	34	58	4,56
Jumlah Rata-Rata						4,58

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.9, diketahui bahwa rata-rata yang diperoleh adalah sebesar 4,58 yang berarti responden rata-rata menjawab sangat setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan berkaitan dengan variabel minat nasabah.

4.6 Analisis Linear Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk melihat pengaruh tingkat pemahaman agen dan peran agen pada minat nasabah. Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini dinyatakan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi

Variabel	Nilai Koefisien	Nilai Signifikan
Konstanta	0,194	
Tingkat pemahaman agen	0,550	0,000
Peran agen	0,468	0,000

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan tabel di atas, tingkat pemahaman agen, peran agen dalam meningkatkan minat nasabah menghasilkan bentuk persamaan regresi linier berganda yang ditulis sebagai berikut:

$$Y = 0,194 + 0,550 X_1 + 0,468 X_2$$

1. Nilai konstanta variabel dependen adalah 0,194 menyatakan bahwa apabila tingkat pemahaman agen dan peran agen bernilai 0, maka nilai minat nasabah responden adalah 0,194.
2. Koefisien regresi variabel tingkat pemahaman agen (X_1) sebesar 0,550 menyatakan bahwa jika variabel independen lain nilainya tetap dan tingkat pemahaman agen meningkat sebanyak 1 satuan, maka nilai minat nasabah akan meningkat sebesar 0,550.
3. Koefisien regresi variabel peran agen (X_2) sebesar 0,468 menyatakan bahwa jika variabel independen lain nilainya tetap dan peran agen meningkat sebanyak 1 satuan, maka nilai minat nasabah akan meningkat sebesar 0,468.

4.7 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas pada variabel terikat. Untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak maka akan dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji T dan Uji F.

4.7.1 Uji Parsial (Uji-T)

Untuk menguji pengaruh tingkat pemahaman dan peran agen dalam meningkatkan minat nasabah asuransi AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Banda Aceh secara parsial dapat dilihat dari

hasil pengujian masing-masing variabel. Hasil perhitungan untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 4.10

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,194	,274		,707	,481
Tingkat Pemahaman Agen	,550	,057	,573	9,604	,000
Peran Agen	,468	,065	,427	7,150	,000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Berdasarkan pada tabel 4.10 diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara persial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. Tingkat pemahaman agen (X₁)

Pada hipotesis statistik pengaruh tingkat pemahaman agen pada minat nasabah dijabarkan sebagai berikut:

H₀ : Tingkat pemahaman agen tidak berpengaruh pada minat nasabah.

H_a : Tingkat pemahaman agen berpengaruh pada minat nasabah.

Terlihat bahwa t hitung koefisien tingkat pemahaman agen adalah 9,604, sedangkan t table bisa dihitung pada table t -test, dengan $\alpha = 0,1$, karena digunakan hipotesis dua arah $df = 93$ (didapat dari rumus $n-k$, dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variable, $96-3= 93$). Didapat t table adalah 1,29 .

Variabel tingkat pemahaman agen nilai t hitung sebesar 9,604 dan t table sebesar 1,29 dengan membandingkan antara t hitung dan t table maka ditemukan t hitung $>$ t table. Hipotesis di atas diuji dengan melihat nilai signifikan hasil pengujian analisis linear berganda. Apabila nilai signifikansi $>$ 0,1 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan jika nilai signifikansi $<$ 0,1 maka H_0 ditolak H_a diterima. Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa nilai signifikansi tingkat pemahaman agen adalah sebesar 0,000. Dengan nilai signifikansi $<$ 0,1 maka tingkat pemahaman agen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

2. Peran agen (X_2)

Pada hipotesis statistik pengaruh peran agen pada minat nasabah dijabarkan sebagai berikut:

H_0 : Peran agen tidak berpengaruh pada minat nasabah

H_a : Peran agen berpengaruh pada minat nasabah

Terlihat bahwa t hitung koefisien tingkat peran agen adalah 7,150, sedangkan t table bisa dihitung pada table t -test, dengan $\alpha = 0,1$, karena digunakan hipotesis dua arah $df = 93$ (didapat dari

rumus $n-k$, dimana n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variable independen, $96-3= 93$). Didapat t table adalah 1,29.

Variabel peran agen nilai t hitung sebesar 7,150 dan t table sebesar 1,29 dengan membandingkan antara t hitung dan t table maka ditemukan t hitung $> t$ table. Hipotesis di atas diuji dengan melihat nilai signifikan hasil pengujian analisis linear berganda. Apabila nilai signifikan $> 0,1$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan jika nilai signifikan $< 0,1$ maka H_0 ditolak H_a diterima. Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa nilai signifikansi peran agen adalah sebesar 0,000. Dengan nilai signifikansi $< 0,1$ maka peran agen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

4.7.2 Uji Simultan (Uji-F)

Pada hipotesis statistik pengaruh mental accounting pada minat nasabah dijabarkan sebagai berikut:

H_0 : Tingkat pemahaman agen dan peran agen tidak berpengaruh pada minat nasabah

H_a : Tingkat pemahaman agen dan peran agen berpengaruh pada minat nasabah

Hipotesis di atas diuji dengan melihat nilai signifikan hasil pengujian analisis linear berganda. Apabila nilai signifikan $> 0,1$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan jika nilai signifikan $< 0,1$ maka H_0 ditolak H_a diterima.

Tabel 4.11
Hasil Uji Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	14,470	2	7,235	134,902	0,000 ^a
Residual	4,988	93	0,054		
Total	19,458	95			

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan uji tabel 4.11 ditampilkan hasil uji F yang dapat dipergunakan untuk memprediksi kontribusi aspek-aspek variabel tingkat pemahaman agen dan peran agen terhadap minat nasabah. Dari perhitungan didapat nilai F hitung sebesar 134,902 dan F tabel sebesar 2,36 yang diperoleh dari $df_1 = 3 - 1 = 2$ dan $df_2 = 96 - 3 = 93$. Karena nilai F hitung $>$ F tabel ($134,902 > 2,36$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (tingkat pemahaman dan peran agen) dengan signifikan memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel dependen (minat nasabah). Sehingga model regresi yang didapatkan layak digunakan untuk memprediksi. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

4.7.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan besarnya persentase sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen.

Semakin mendekati 1 maka persentase sumbangannya dianggap semakin kuat.

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,862 ^a	,744	,738	,2315

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan hasil output, diketahui nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,862 yang berarti bahwa variabel-variabel independen memiliki hubungan yang cukup kuat terhadap variabel minat nasabah. Nilai koefisien determinasi (R Square) adalah sebesar 0.744 atau 74,4%. Hal ini menyatakan bahwa variabel independen (tingkat pemahaman agen dan peran agen) berpengaruh pada minat nasabah sebesar 74,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat diambil beberapa kesimpulan dan diberikan saran-saran sebagai berikut:

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk hipotesis 1 (H1) yaitu variabel tingkat pemahaman agen, berdasarkan hasil pengujian dari uji t (secara parsial), diperoleh t hitung sebesar 9,604 dan t tabel sebesar 0,169 dengan membandingkan antara t hitung dan t tabel maka ditemukan $t_{hitung} > t_{tabel}$. Apabila nilai signifikansi $> 0,1$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai signifikansi tingkat pemahaman agen adalah sebesar 0,000. Dengan nilai signifikansi $< 0,1$ maka tingkat pemahaman agen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.
2. Untuk hipotesis 2 (H2) yaitu variabel peran agen, berdasarkan hasil pengujian dari uji t (secara parsial), diperoleh t hitung sebesar 7,150 dan t tabel sebesar 0,169 dengan membandingkan antara t hitung dan t tabel maka ditemukan $t_{hitung} > t_{tabel}$. Apabila nilai signifikansi $> 0,1$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai signifikansi peran agen adalah sebesar 0,000.

3. Dengan nilai signifikansi $< 0,1$ maka peran agen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.
4. Untuk hipotesis 3 (H3) yaitu variabel minat nasabah, berdasarkan hasil pengujian dari uji F (secara simultan), diperoleh F hitung sebesar 134,902 dan F tabel sebesar 2,36 dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel maka ditemukan $F_{hitung} > F_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (tingkat pemahaman agen dan peran agen) dengan signifikan memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel dependen (minat nasabah). Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara variabel independen terhadap variabel dependen.

5.2 Saran Penelitian

Untuk menambah referensi penelitian selanjutnya, ada beberapa saran yang dikemukakan sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada asuransi AJB Bumiputera syariah cabang Banda Aceh sebaiknya sering melakukan koordinasi Kepala Cabang agar selalu memperhatikan para agennya agar lebih produktif dalam meningkatkan penjualan polis asuransi syariah. Untuk tetap terus bertahan dalam kondisi persaingan bisnis asuransi di Indonesia.
2. Diharapkan kepada agen asuransi AJB Bumiputera syariah cabang Banda Aceh agar lebih meningkatkan pemahaman dan

peran sebagai seorang agen yang berkualitas sehingga minat nasabah Asuransi AJB Bumiputera syariah cabang Banda Aceh semakin banyak dan meningkat.

3. Dengan menggunakan variabel yang sama, penelitian selanjutnya bisa juga dilakukan pada asuransi lainnya. Hal ini dimaksudkan agar kesimpulan yang dihasilkan dari peneliti tersebut memiliki cakupan yang lebih luas.
4. Untuk mendapatkam hasil yang lebih baik, penelitian selanjutnya juga dilakukan pada beberapa asuransi sekaligus.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan terjemahannya. 2008. Departemen Agama RI. Bandung: Diponegoro
- Achmadi, Abu dan Chilidn Narbuko. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ali, Hasan. 2004. *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam: Suatu Tinjauan Analisis Historis*. Jakarta: Kencana.
- Amrin, Abdullah. 2007. *Bisnis, Ekonomi, Asuransi dan Keuangan Syariah*. Jakarta: Grasindo.
- Amrin, Abdullah. 2011. *Meraih Berkah Melalui Asuransi Syariah*. Jakarta: PT Ekex Media Komputindo.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ashari dan Purbayu Bayu Santosa. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Bakir, Suyoto. R dan Suryanto, Sigit. 2009. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Burhanuddin. 2010. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Cannon, Perreault dan McCarthy. 2009. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta: Salemba Empat.
- Djamarah, Syaiful Bahri. 2008. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fajri, EM Zul dan Ratu Aprilia Senja. 2008. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Semarang: Difa Publishers.
- Ghozali, Iman. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP UNDIP.

- Gurajati, Damodar. 2003. *Basic Econometric (Ekonometrika Dasar)*. Jakarta: Erlangga.
- Hadi, Sutrisno. 2000. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Hasanah, Uswatun. 2013. *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam*. Syari'ah dan Hukum. 47 (1): 240.
- Hafidhuddin, Didin. 2002. *Zakat Dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2011. *Prinsip-Prinsip Asuransi*. Jakarta: Erlangga.
- Mardani. 2015. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia I*. Jakarta: Kencana.
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Natanael, Yonathan dan Sufren. 2013. *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*. Jakarta: Alex Media Komputindo.
- Nawawi, Hadari. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif*. Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas Press, anggota IKAPI.
- Purwanto, M. Ngalim. 2002. *Prinsip-Prinsip dan Teknik Evaluasi Pengajaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Saladin, Djaslims. 2000. *Konsep Dasar Ekonomi & Lembaga Keuangan Islam*. Bandung: Linda Karya.
- Saladin, Djaslim. 2001. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank*. Jakarta: Mandar Maju.

- Shaleh, Abdul Rahman dan Wahab, Muhibb Abdul. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Slameto. 2010. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Soekanto. 2002. *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Persada.
- Soekanto, Soerjono. 2012. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soemitra, Andri. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Prenada Media.
- Solikahan, Zahra Eka. 2015. *Asuransi Syariah “Halal atau Haram”*. Al-Buhuts.11(1): 200.
- Sufren, dan Natanael, Yonathan. 2013. *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujidono, Anas. 2011. *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sula, Muhammad Syakir. 2004. *Asuransi Syariah (Konsep dan Sistem Operasional)*. Jakarta: GIP.
- Susanto, Haru. 2011. *Menjadi Agen Asuransi Itu Gampang*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Umar, Husein. 2005. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Widyaningsih. 2015. *Bank dan Asuransi di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Winda H. 2015. *Analisis Peranan Agen Dalam Peningkatan Penjualan Polis Asuransi Syariah (Studi Kasus pada AJB*

Bumiputera 1912 Syariah Kantor Cabang Semarang).
Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas
Islam Negeri Walisogo: Semarang.

Zainuddin, Ali. 2008. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar
Grafika.

LAMPIRAN

LAMPIRAN I

ANGKET PENELITIAN

Terima kasih sebelumnya penulis ucapkan atas kesediaan Bpk/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuesioner ini.

Petunjuk pengisian pertanyaan:

1. Berikan tanda centang (✓) pada jawaban yang telah disediakan.
2. Mohon kiranya Bpk/Ibu/Saudara/I setelah selesai mengisi kuesioner menyerahkan kembali kepada pemberi.

A. Karakteristik Responden

Nama :(boleh tidak diisi)

Umur :

- a. < 20 tahun
- b. 20-29 tahun
- c. 30-39 tahun
- d. 40-49 tahun
- e. > 50 tahun

Jenis kelamin :

- a. Pria
- b. Wanita

Status anda :

- a. Menikah
- b. Belum menikah

Pendidikan terakhir :

- a. SD
- b. SMP/Tsanawiyah
- c. SMA/Aliyah
- d. Diploma III
- e. Sarjana (S1/S2/S3)

- Pekerjaan :
- f. Lainnya
 - a. PNS
 - b. Wiraswasta
 - c. Swasta
 - d. IRT (ibu rumah tangga)
 - e. Laiinya

- Penghasilan perbulan :
- a. < Rp. 499.999
 - b. Rp. 500.000 – Rp. 999.999
 - c. Rp. 1.000.000 – Rp 1.499.000
 - d. Rp. 1.500.000 – Rp 1.999.999
 - e. > Rp. 2.000.000

Sudah berapa lama menjadi nasabah AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Banda Aceh ?

- a. Kurang dari 1 tahun
- b. 1 Tahun - 3 Tahun
- c. 4 Tahun – 5 Tahun
- d. Lebih dari 5 Tahun

Isilah pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda centang (✓) salah satu jawaban yang tersedia: SS = Sangat Setuju, S = Setuju, B = Biasa, TS = Tidak Setuju, STS = Sangat Tidak Setuju.

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS	S	B	TS	STS
TINGKAT PEMAHAMAN AGEN						
1	Agen asuransi AJB Bumiputera dapat memberikan informasi yang lengkap dan mudah dipahami .					
2	Agen asuransi AJB Bumiputera mampu menyampaikan informasi mengenai produk dengan jelas dari mulai keunggulan produk, manfaat dan nilai.					
3	Agen asuransi AJB Bumi putera dapat menjelaskan jenis akad yang akan digunakan setiap kali terjadi transaksi.					
4	Agen asuransi AJB Bumiputera sudah menetapkan produk asuransi mana yang sesuai dengan kebutuhan calon nasabah sebelum melakukan kunjungannya.					
PERAN AGEN						
5	Agen asuransi AJB Bumiputera selalu menghubungi calon nasabah terlebih dahulu sebelum melakukan kunjungan.					

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS	S	B	TS	STS
6	Agen asuransi AJB Bumiputera selalu datang tepat waktu dalam berkunjung menemui calon nasabah.					
7	Agen asuransi AJB Bumiputera selalu berpakaian rapi dan sopan dalam setiap kunjungannya.					
8	Agen asuransi AJB Bumiputera dapat menanggapi dan memberikan solusi dengan baik atas keberatan calon nasabah.					
9	Agen asuransi AJB Bumiputera selalu menjaga hubungan baik dan bersedia memberikan bantuan kepada setiap nasabahnya.					
MINAT NASABAH						
10	Saya tertarik menjadi nasabah asuransi AJB Bumiputera syariah Banda Aceh.					
11	Bagi saya asuransi AJB Bumiputera syariah Banda Aceh lebih baik dibandingkan dengan asuransi lain.					
12	Saya akan merekomendasikan asuransi AJB Bumiputera syariah Banda Aceh kepada orang lain.					

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS	S	B	TS	STS
13	Asuransi AJB Bumiputera syariah Banda Aceh adalah pilihan terbaik ketika ingin menjadi nasabah					

LAMPIRAN II
HASIL OLAH DATA

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-29 tahun	3	3,1	3,1	3,1
	30-39 tahun	57	59,4	59,4	62,5
	40-49 tahun	36	37,5	37,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Status

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum Menikah	3	3,1	3,1	3,1
	Menikah	93	96,9	96,9	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D3	8	8,3	8,3	8,3
	S1	77	80,2	80,2	88,5
	S2	11	11,5	11,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Lama menjadi nasabah AJB

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1 tahun	3	3,1	3,1	3,1
	>5 tahun	36	37,5	37,5	40,6
	1-3 tahun	32	33,3	33,3	74,0
	3-5 tahun	25	26,0	26,0	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Correlations

		TotalY	Y1	Y2	Y3	Y4
TotalY	Pearson	1	,757**	,883**	,848**	,857**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
N		96	96	96	96	96
Y1	Pearson	,757**	1	,622**	,482**	,459**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)			,000	,000	,000
N		96	96	96	96	96
Y2	Pearson	,883**	,622**	1	,653**	,680**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)				,000	,000
N		96	96	96	96	96
Y3	Pearson	,848**	,482**	,653**	1	,698**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)					,000
N		96	96	96	96	96

Y4	Pearson					
	Correlation	,857**	,459**	,680**	,698**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96

**.

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

Correlations

		TotalX1	X1	X2	X3	X4
TotalX1	Pearson	1	,794**	,665**	,856**	,872**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)					
	N	96	96	96	96	96
X1	Pearson	,794**	1	,326**	,493**	,724**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)					
	N	96	96	96	96	96
X2	Pearson	,665**	,326**	1	,543**	,322**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)					
	N	96	96	96	96	96
X3	Pearson	,856**	,493**	,543**	1	,680**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)					
	N	96	96	96	96	96

X4	Pearson					
	Correlation	,872**	,724**	,322**	,680**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	
	N	96	96	96	96	96

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

Correlations

	TotalX2	X1	X2	X3	X4	X5
TotalX2	Pearson					
	Correlation	1	,797**	,709**	,674**	,772**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
X1	Pearson					
	Correlation	,797**	1	,622**	,539**	,372**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
X2	Pearson					
	Correlation	,709**	,622**	1	,419**	,307**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,002
	N	96	96	96	96	96
X3	Pearson					
	Correlation	,674**	,539**	,419**	1	,426**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96

X4	Pearson Correlation	,772**	,372**	,307**	,426**	1	,683**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000		,000
	N	96	96	96	96	96	96
X5	Pearson Correlation	,778**	,505**	,386**	,225*	,683**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,028	,000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,857	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,812	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,811	6

Statistics

		Y1	Y2	Y3	Y4
N	Valid	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0
Mean		4,5938	4,5729	4,6042	4,5625

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	1	1,0	1,0	1,0
	4,00	37	38,5	38,5	39,6
	5,00	58	60,4	60,4	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	2	2,1	2,1	2,1
	4,00	37	38,5	38,5	40,6
	5,00	57	59,4	59,4	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	2	2,1	2,1	2,1
	4,00	34	35,4	35,4	37,5
	5,00	60	62,5	62,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	4	4,2	4,2	4,2
	4,00	34	35,4	35,4	39,6
	5,00	58	60,4	60,4	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Statistics

		X1	X2	X3	X4
N	Valid	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0
Mean		4,4688	4,3333	4,2604	4,1563

(Tingkat Pemahaman Agen)

X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	2	2,1	2,1	2,1
	4,00	47	49,0	49,0	51,0
	5,00	47	49,0	49,0	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	3	3,1	3,1	3,1
	4,00	58	60,4	60,4	63,5
	5,00	35	36,5	36,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	8	8,3	8,3	8,3
	4,00	55	57,3	57,3	65,6
	5,00	33	34,4	34,4	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

X4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	15	15,6	15,6	15,6
	4,00	51	53,1	53,1	68,8
	5,00	30	31,3	31,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Statistics

		X1	X2	X3	X4	X5
N	Valid	96	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,4792	4,5104	4,4688	4,1042	4,0521

(Peran Agen)

X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	1	1,0	1,0	1,0
	4,00	48	50,0	50,0	51,0
	5,00	47	49,0	49,0	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	47	49,0	49,0	49,0
	5,00	49	51,0	51,0	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	51	53,1	53,1	53,1
	5,00	45	46,9	46,9	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

X4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	13	13,5	13,5	13,5
	4,00	60	62,5	62,5	76,0
	5,00	23	24,0	24,0	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Z

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	16	16,7	16,7	16,7
	4,00	59	61,5	61,5	78,1
	5,00	21	21,9	21,9	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Minat Nasabah	96	3,50	5,00	4,5833	,45258
Tingkat Pemahaman Agen	96	3,00	5,00	4,3047	,47184
Peran Agen	96	3,60	5,00	4,3229	,41282
Valid N (listwise)	96				

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,862 ^a	,744	,738	,23159	,744	134,902	2	93	,000	1,487

a. Predictors: (Constant), Peran Agen, Tingkat Pemahaman Agen

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14,470	2	7,235	134,902	,000 ^b
	Residual	4,988	93	,054		
	Total	19,458	95			

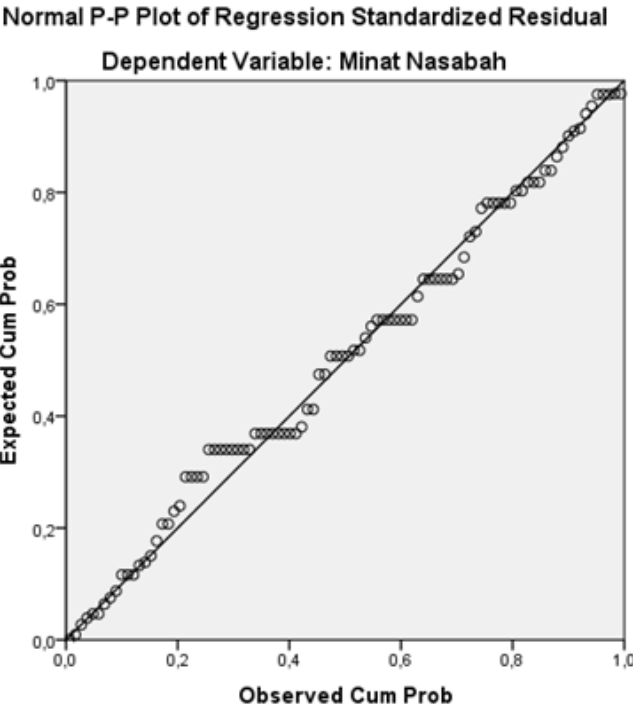
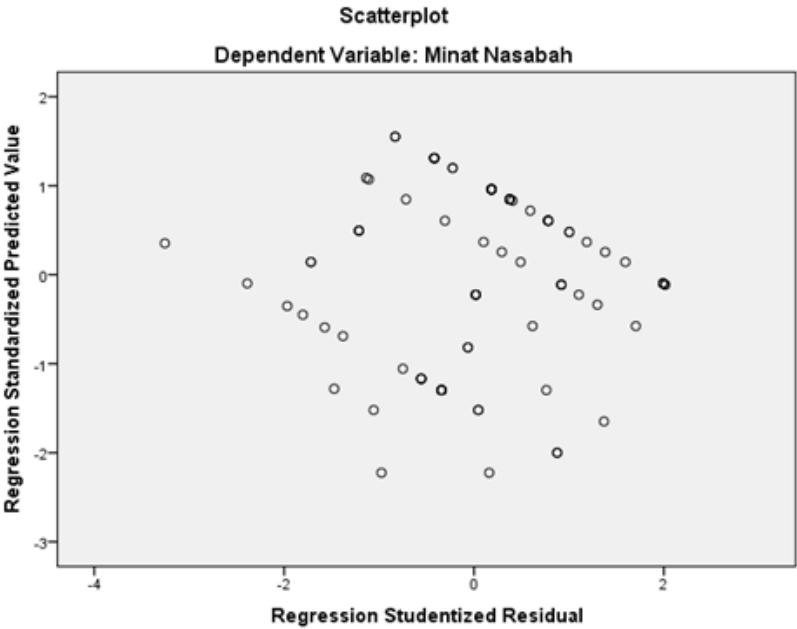
a. Dependent Variable: Minat Nasabah

b. Predictors: (Constant), Peran Agen, Tingkat Pemahaman Agen

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,194	,274		,707	,481		
Tingkat Pemahaman Agen	,550	,057	,573	9,604	,000	,774	1,293
Peran Agen	,468	,065	,427	7,150	,000	,774	1,293

a. Dependent Variable: Minat Nasabah



LAMPIRAN III
DATA AGEN ASURANSI AJB BUMIPUTERA1912
SYARIAH CABANG BANDA ACEH

No	Nama	No. Lisensi	No.Agen	Jabatan
1	Bustami, SE	100631275	217000000060	AD
2	Syaivol Wahyudi		21600002454	WA
3	Darkasyi		21600002453	WA
4	Meriana, S.Pd		217000000321	WA
5	Nurhayati, S.Si		217000000327	WA
6	Faisal, AB		217000000324	WA
7	Murdani, S.Pd.I		217000000325	WA
8	Anton Yudhanto, SE	140206345	217000000319	WA
9	Muhammad Nurdin		21700002490	WA
10	Lila Beransah		21700002491	WA
11	Lisa Andriani		21700002492	WA
12	Muhammad Haris NST		21700002493	WA

No	Nama	No. Lisensi	No.Agen	Jabatan
13	Erlan Bako Alafan		21700002494	WA
14	Teuku Fachrulrazi		21700002495	WA
15	M.Mudahan Asyawari		21700002496	WA
16	Wediansyah		21700002497	WA
17	Musafir		21700002498	WA
18	Cut Nurasnawati	14499208	21700003268	WA
19	Zairani Oktiva, SE		21700003437	WA
20	Firdaus Adnan,Shut		21700003439	WA
21	Rosmawati		21700003440	WA
22	M.Heri Isham, SE		21700003441	WA
23	Mahyudanil, A,Md		21700003442	WA
24	Qazwini		21700003443	WA
25	Rini Elvina, SE		21700003444	WA
26	Suraiya, SE		2170000344	WA

No	Nama	No. Lisensi	No.Agen	Jabatan
27	Endriadi, SE	11423127S	218000000003	WA
28	Nurlina, SE	10063225S	217000000316	WA
29	Desi Diah Farisa, SE	11394148S	217000000317	WA
30	Zainab Nurti, Dra	11381572S	217000000318	WA
31	Taufik Hidayat		217000000326	WA
32	Susilawati, S.Pd	11637540	21200002332	AS
33	Maisarah, SE	11546670	212000000497	WA
34	Drs. Djuned Amra	10063140	21600001327	WA
35	Erizal, S.Pd	11637343S	21200002353	AS
36	Drs. Badliyah	11380696	20302849	AS
37	Fauziah	11442069	21000008457	WA
38	Rismanita, S.Pd	14393440S	21500004131	AS
39	Ahmad Jihadusy	14393440S	21500004133	AS
40	Heri Jufrizal, A.Md	14393446S	21500004132	AS
41	Syukri, SE		218000000204	WA

No	Nama	No. Lisensi	No.Agen	Jabatan
42	Fitri Rahmadani, A.Md	14393441S	21700004093	AS
43	Zahara Daham	1003924	20800000323	WA
44	IR. Lisma Roviza	11381082	20800000580	WA
45	Meiriani	0039236	21700000322	WA
46	Erni Huda, S.Si		21700003163	WA
47	Betty Gamita	14178684	20900000126	AS
48	Hadiansyah, S.Psc	14393445	21500004137	WA
49	Nova Linda, SE	14178683	21400000055	WA
50	Nurhijjah, A. Md	14284710	21400000056	WA
51	Rabiatul Fauzi Umri	14203804	21300004886	WA
52	Ichsan Azmi, SE.Ak	114209755	21800000147	ADP
53	Lizza Maulizzawati		21800000165	WA
54	Yusri Abdul Fattah SE.Ak		21800000163	WA

No	Nama	No. Lisensi	No.Agen	Jabatan
55	Novi Andriyani, A.Ma		21800000164	WA
56	Amirullah Usman,A.Md		21800000167	WA
57	Musdir		21800000166	WA
58	Rini Mulyani, SE	115466845	21800000085	WA
59	Neli Yusmadani, S.Ag	11546678	21800000217	AS

Sumber: Kantor AJB Bumiputera Syariah Cabang Banda Aceh (2018)

Keterangan:

- AD : Agency Director
- WA : Wakil Asuransi
- AS : Agency Supervisor
- ADP : Agency Director Premier

LAMPIRAN 4

TABULASI DATA

Y				X1				X2				
Y1	Y2	Y3	Y4	X1	X2	X3	X4	X1	X2	X3	X4	X5
5	4	4	3	4	4	4	3	5	4	5	4	5
4	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5
4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4
5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5
5	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5
5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5
4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5
4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5
4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5
5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5
5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4

Y				X1				X2				
Y1	Y2	Y3	Y4	X1	X2	X3	X4	X1	X2	X3	X4	X5
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3
4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4
5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4

Y				X1				X2				
Y1	Y2	Y3	Y4	X1	X2	X3	X4	X1	X2	X3	X4	X5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	3
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5
4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4
4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3
4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4

Lampiran 5

Tabel r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 6

Tabel t

df	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	5%	2,50%	1%	0,50%	0,10%
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	10%	5%	2%	1%	0,20%
81	1,664	1,99	2,373	2,638	3,194
82	1,664	1,989	2,373	2,637	3,193
83	1,663	1,989	2,372	2,636	3,191
84	1,663	1,989	2,372	2,636	3,19
85	1,663	1,988	2,371	2,635	3,189
86	1,663	1,988	2,37	2,634	3,188
87	1,663	1,988	2,37	2,634	3,187
88	1,662	1,987	2,369	2,633	3,185
89	1,662	1,987	2,369	2,632	3,184
90	1,662	1,987	2,368	2,632	3,183
91	1,662	1,986	2,368	2,631	3,182
92	1,662	1,986	2,368	2,63	3,181
93	1,661	1,986	2,367	2,63	3,18
94	1,661	1,986	2,367	2,629	3,179
95	1,661	1,985	2,366	2,629	3,178
96	1,661	1,985	2,366	2,628	3,177
97	1,661	1,985	2,365	2,627	3,176
98	1,661	1,984	2,365	2,627	3,175
99	1,66	1,984	2,365	2,626	3,175
100	1,66	1,984	2,364	2,626	3,174

Lampiran 7

Tabel F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)				
	1	2	3	4	5
81	2,77	2,37	2,15	2,02	1,92
82	2,77	2,37	2,15	2,01	1,92
83	2,77	2,37	2,15	2,01	1,92
84	2,77	2,37	2,15	2,01	1,92
85	2,77	2,37	2,15	2,01	1,92
86	2,76	2,37	2,15	2,01	1,92
87	2,76	2,36	2,15	2,01	1,91
88	2,76	2,36	2,15	2,01	1,91
89	2,76	2,36	2,15	2,01	1,91
90	2,76	2,36	2,15	2,01	1,91
91	2,76	2,36	2,14	2,01	1,91
92	2,76	2,36	2,14	2,01	1,91
93	2,76	2,36	2,14	2,01	1,91
94	2,76	2,36	2,14	2,01	1,91
95	2,76	2,36	2,14	2	1,91
96	2,76	2,36	2,14	2	1,91
97	2,76	2,36	2,14	2	1,91
98	2,76	2,36	2,14	2	1,91
99	2,76	2,36	2,14	2	1,91
100	2,76	2,36	2,14	2	1,91

BIODATA

Nama	: Nisa Ul Hikmah
Tempat Tanggal Lahir	: 22 Maret 1997
Alamat	: Gampong Tanjong
NIM	: 140602020
Jurusan	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas	: UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Jenis Kelamin	: Perempuan
Status Marital	: Belum menikah
Warga Negara	: Indonesia
Suku	: Aceh
Agama	: Islam
Nomor Telepon	: 0852 6195 8681
Email	: nisaulhikmah6@gmail.com

Riwayat Pendidikan

2002 - 2008	: MIN Kembang Tanjong 1
2008 - 2011	: SMP Negeri 1 Kembang Tanjong
2011 - 2014	: SMA Negeri 1 Kembang Tanjong
2014 - 2018	: UIN Ar-raniry Banda Aceh