

Original Research Article

The Influence of Religiosity, Services and Tariffs on Sharia Insurance Customers through Interest in Sharia Insurance at the Surabaya Branch of Sharia Insurance Company

Pengaruh Religiusitas, Pelayanan dan Tarif Premi terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah melalui Minat Berasuransi Syariah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya

Erwan Aristyanto¹, Allen Pranata Putra², Riduwan³

^{1,2}Universitas Wijaya Putra Surabaya, ³STAI YPBWI Surabaya

Article history: Recieved Mei 9, 2021; Accepted July 2, 2021; Published October 8, 2021

HOW TO CITE: Erwan Aristyanto, Allen Pranata Putra, Riduwan (2021) Pengaruh Religiusitas, Pelayanan dan Tarif Premi terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah melalui Minat Berasuransi Syariah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya (The Influence of Religiosity, Services and Tariffs on Sharia Insurance Customers through Interest in Sharia Insurance at the Surabaya Branch of Sharia Insurance Company), Vol 5 (2), October 2021, 170-184. DOI Link: <http://doi.org/10.21070/perisai.v5i2.1508>

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of religiosity, service, premium rates on customer satisfaction with interest in sharia insurance as an intervening variable in XYZ Sharia Insurance Surabaya Branch. This research is an explanatory research with a quantitative approach. The population in this study are customers who join the insurance company XYZ Syariah Surabaya Branch. Samples were taken using accidental sampling technique with the criteria (1) people who have become customers of sharia insurance, and (2) aged 17-50 years as many as 100 respondents. Data analysis using PLS with SmartPLS 3.2.8 program. The results of this study indicate that (1) Religiosity has a positive and significant effect on the interest of insured customers, (2) Service has a positive and significant effect on the interest of insured customers, (3) Premium rates have a positive and significant effect on the interest of insured customers, (4) Religiosity has an effect on negative and insignificant effect on customer satisfaction, (5) Service has a positive and significant effect on customer satisfaction, (6) Premium rates have a negative and insignificant effect on customer satisfaction, (7) Religiosity has a negative and insignificant effect on customer satisfaction through interest in sharia insurance, (8) Service has a negative and insignificant effect on customer satisfaction through interest in sharia insurance, and (9) Premium rates have a negative and insignificant effect on customer satisfaction through interest in sharia insurance.

Keywords: Religiusitas, Pelayanan, Tarif Premi, Minat Berasuransi, Syariah, Kepuasan Nasabah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh religiusitas, pelayanan, tarif premi terhadap kepuasan nasabah dengan minat berasuransi syariah sebagai variabel intervening di Asuransi XYZ Syariah Cabang Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang bergabung di perusahaan asuransi XYZ Syariah Cabang Surabaya. Sampel diambil dengan menggunakan teknik accidental sampling dengan kriteria (1) masyarakat yang sudah menjadi nasabah asuransi syariah, dan (2) berusia 17 – 50 tahun sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan PLS dengan program SmartPLS 3.2.8. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah berasuransi, (2) Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah berasuransi, (3) Tarif premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah berasuransi, (4) Religiusitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, (5) Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, (6) Tarif Premi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, (7) Religiusitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi syariah, (8) Pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi syariah, dan (9) Tarif premi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi syariah.

Kata Kunci: Religiusitas, Pelayanan, Tarif Premi, Bunga Asuransi, Syariah, Kepuasan Nasaba

*Correspondent e-mail address erwanaristyanto@uwp.ac.id

Peer reviewed under responsibility of Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

© 2021 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, All right reserved, This is an open access article under the CC BY license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor keuangan syariah di Indonesia diawali dengan munculnya bank syariah. Bank merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menghimpun dana masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat, dan melakukan pelayanan jasa kepada masyarakat. Saat ini sektor keuangan syariah sudah semakin berkembang, tidak hanya diisi oleh industri perbankan, tetapi juga asuransi, pasar modal, pegadaian, dan perusahaan pembiayaan. Selain itu, setiap perkembangan ekonomi pasti mengalami berbagai macam resiko, baik resiko yang di alami oleh perorangan, perusahaan, maupun unit usaha. Salah satu cara untuk meminimalisir resiko tersebut yaitu dengan menggunakan asuransi.

Asuransi dapat menjadi solusi utama untuk menghadapi berbagai resiko baik oleh perorangan, badan atau perusahaan maupun unit usaha. Berasuransi tidaklah melawan takdir Allah SWT atau menghilangkan ketawakalan seorang muslim kepada Allah SWT, karena segala sesuatu yang terjadi didunia ditentukan oleh Allah SWT, sedangkan manusia hanya berusaha semaksimal mungkin. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS. At Taghabun : 11.

مَا أَصَابَ مِنْ مُصِيبَةٍ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ وَمَنْ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ يَهْدِ اللَّهُ قَلْبَهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya : "Tidak ada suatu musibah pun yang menimpa seseorang kecuali dengan ijin Allah; dan barangsiapa yang beriman kepada Allah niscaya Dia akan memberi petunjuk kepada hatinya. Dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu." (QS. At Taghabun : 11)

Definisi Asuransi adalah serapan dari kata "assurantie" (Belanda), atau assurance/insurance (Inggris) yang berarti meyakinkan orang. Kata ini kemudian dikenal dalam bahasa Perancis sebagai assurance (Siamat, 1995:274). Baik kata assurance maupun kata insurance, secara literal keduanya berarti pertanggungan atau perlindungan.

Definisi Asuransi menurut UU Republik Indonesia Nomor.02 tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian Bab I pasal 1 yang berbunyi : " Asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara 2 orang atau lebih dengan pihak penanggung mengikat diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan".

Menurut pandangan ekonomi, asuransi ialah suatu metode untuk meminimalisir sebuah resiko dengan cara memindahkan dan mentransfer sejumlah uang atau dana, jika sewaktu-waktu mengalami kerugian keuangan (finansial). Asuransi di Negara Indonesia ada 2 yakni asuransi yang bersifat konvensional dan asuransi yang bersifat syariat islam (takaful).

Asuransi syariah memiliki prinsip "ta'awunā al birri waa ttaqwa (tolong menolong dalam kebaikan dan taqwa) dan at ta'min (rasa aman)". Landasan hukum asuransi syariah islam ada pada QS. Al Maidah ayat:2.

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

Artinya : "...Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya."(QS. Al Maidah: 2)

Pertumbuhan asuransi syariah di Indonesia maupun dunia, sedang mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dan signifikan. Hal ini didukung oleh proses yang transparan dan konsep tolong - menolong yang membuat pesertanya lebih nyaman. Selain itu, ada beberapa hal yang mendorong pertumbuhan perusahaan asuransi syariah yaitu semakin banyaknya unit asuransi syariah, tenaga pemasaran asuransi syariah yang semakin banyak, regulasi yang jelas, meningkatnya pengetahuan keuangan di masyarakat.

Keberhasilan system dalam asuransi syariah hingga sekarang ini karena didukung oleh kualitas produk dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Salah satu faktor pengambilan keputusan masyarakat dalam Artinya : "Tidak ada suatu musibah pun yang menimpa seseorang kecuali dengan ijin Allah; dan barangsiapa yang

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

Menurut Subagiyo, dkk (1998:84) premi asuransi adalah sebagai uang yang dibayarkan oleh tertanggung terhadap perusahaan asuransi yang dapat ditentukan dengan cara tertentu. Menurut Soeismo Djojosedarso (2003:127), premi asuransi sebagai pembayaran dari tertanggung kepada penanggung, sebagai imbalan jasa atas pengalihan resiko para penanggung. Besarnya premi atas keikutsertaan di asuransi yang harus dibayarkan telah ditetapkan oleh perusahaan asuransi dengan memperhatikan keadaan-keadaan dari tertanggung. Menurut Muhammad (2011), dalam bukunya Hukum Asuransi Indonesia mengatakan bahwa premi asuransi adalah sejumlah uang yang wajib dibayar oleh tertanggung kepada penanggung setiap jangka waktu tertentu, biasanya setiap bulan selama asuransi berlangsung.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), minat diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan. Menurut Rahma (2017:26), Minat adalah sebagai suatu keadaan dimana seseorang memiliki perhatian yang besar terhadap objek yang disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari hingga akhirnya membuktikan lebih lanjut tentang objek tersebut.

Menurut Howard & Sheth (dalam Fandy Tjiptono, 2014:353) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Tjiptono dalam Noviyantie (2001) berpendapat bahwa, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama dengan harapan pelanggan.

Banyak faktor yang mempengaruhi minat dan kepuasan nasabah asuransi syariah antara lain persepsi, biaya, religiusitas, kepercayaan, pelayanan, pengetahuan, produk, promosi, kualitas, citra perusahaan, dan lain-lain. Minat berasuransi akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah untuk melakukan pembelian kembali, berlangganan, atau merekomendasikan kepada orang-orang untuk mengikutinya. Beberapa penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan kepuasan nasabah asuransi syariah telah banyak dilakukan, namun dengan variabel yang berbeda-beda.

Penelitian yang dilakukan oleh Widiya Lestari (2015) menunjukkan bahwa variabel pelayanan, promosi, dan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih asuransi takaful. Penelitian yang dilakukan oleh Sofhian dan Sri Nur Ain Suleman (2017) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi syariah pada PT. Prudential Life Assurance Cabang Gorontalo. Penelitian yang dilakukan oleh Achmad Baly Al Hakim (2017) menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi anggota takaful. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Purnamasari (2018) menunjukkan bahwa variabel premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan produk asuransi syariah takaful keluarga solo. Penelitian yang dilakukan oleh Erlita Kurniawaty (2017) menunjukkan bahwa variabel tarif premi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien 0,257.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Khotimah (2018) menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Komariah Hildayanti, Luis Marnisah, Eko Surya Dinata (2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Steven Drwindan Yohanes Sondang Kunto, S.Si., M.Sc. (2014) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dari latar belakang di atas, serta problem mengenai perkembangan asuransi syariah yang tidak secepat perkembangan perbankan syariah yang disebabkan beberapa kendala seperti kurangnya sosialisasi, dan perbedaan tingkat tarif premi. Oleh karena itu penulis ingin mengadakan penelitian yang berjudul "Pengaruh Religiusitas, Pelayanan dan Tarif Premi terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah melalui Minat Berasuransi Syariah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya".

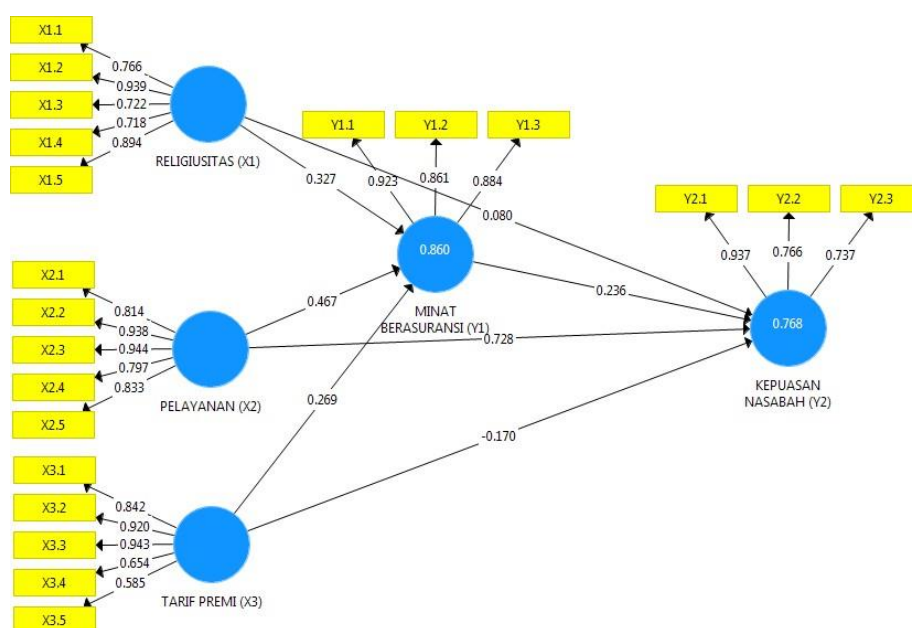
METODOLOGI

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Explanatory research adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesa. Jenis penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis yang diajukan, sehingga dengan pengujian hipotesis akan diketahui signifikan antara pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2014).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang mendaftar menjadi nasabah asuransi syariah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya. Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti mengikuti panduan batas maksimal jumlah sampel yang dibutuhkan untuk menggunakan metode PLS algorithm dan bootstrapping pada program SmartPLS 3.2.8, yaitu 100 orang dari nasabah yang mendaftar asuransi di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya. Metode pengumpulan data menggunakan tiga pendekatan yaitu pendekatan kepustakaan, pendekatan kuesioner atau angket dan pendekatan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS) dengan program SmartPLS versi 3.2.8. (Chandra Kartika dll, 2021).



Gambar 1 Model Structural Outer

Hipotesis Penelitian

1. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah berasuransi syariah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya.
2. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah berasuransi syariah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya.
3. Tarif premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah berasuransi syariah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya.
4. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya
5. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya
6. Tarif premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya
7. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi syariah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya.
8. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi syariah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya.
9. Tarif premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi syariah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya.
10. Minat berasuransi syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya.

TABLE 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-Laki	59	59%
2	Perempuan	41	41%
Jumlah		100	100%

TABLE 2 Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase
1	1 - 25 tahun	18	18%
2	26 - 35 tahun	41	41%
3	36 - 45 tahun	31	31%
4	46 - 55 tahun	10	10%
Jumlah		100	100%

TABLE 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	15	15%
2	PNS/ POLRI/ TNI	7	7%
3	Pegawai Swasta	36	36%
4	Wiraswasta	42	42%
Jumlah		100	100%

TABLE 4 Responden Berdasarkan Lamanya menjadi Nasabah

No	Lama	Jumlah Responden	Persentase
1	Baru (1 - 2 tahun)	46	46%
2	Menengah (2 - 5 tahun)	33	33%
3	Lama (5 tahun lebih)	21	21%
Jumlah		100	100%

TABLE 5 Variabel Religiusitas

No	Pernyataan	Jawaban										Total	
		STS (1)		TS (2)		R (3)		S (4)		SS (5)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X1.1	0	0%	0	0%	10	10%	63	63%	27	27%	100	100%
2	X1.2	0	0%	0	0%	14	14%	25	25%	61	61%	100	100%
3	X1.3	0	0%	0	0%	14	14%	68	68%	18	18%	100	100%
4	X1.4	0	0%	0	0%	49	49%	50	50%	1	1%	100	100%
5	X1.5	0	0%	0	0%	35	35%	64	64%	1	1%	100	100%

Berdasarkan tabel, menunjukkan bahwa untuk tanggapan pernyataan untuk indikator X1.1 sebesar, 10% netral, 63% setuju, dan 27% sangat setuju. Pada indikator X1.2 sebesar 14% netral, 25% setuju, dan 61% sangat setuju. Pada indikator X1.3 sebesar 14% netral, 68% setuju, dan 18% sangat setuju. Pada indikator X1.4 sebesar 49% netral, 50% setuju, dan 1% sangat setuju. Pada indikator X1.5 sebesar 35% netral, 64% setuju, dan 1% sangat setuju. Dari data tersebut terlihat bahwa jawaban responden didominasi satu pada setiap pernyataan mengenai religiusitas.

TABLE 6 Variabel Pelayanan

No	Pernyataan	Jawaban										Total	
		STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X2.1	0	0%	0	0%	4	4%	41	41%	55	55%	100	100%
2	X2.2	0	0%	1	1%	20	20%	40	40%	39	39%	100	100%
3	X2.3	0	0%	1	1%	5	5%	54	54%	40	40%	100	100%
4	X2.4	0	0%	1	1%	6	6%	79	79%	14	14%	100	100%
5	X2.5	0	0%	1	1%	34	34%	50	50%	15	15%	100	100%

Berdasarkan tabel, menunjukkan bahwa untuk tanggapan pernyataan untuk indikator X2.1 sebesar, 4% netral, 41% setuju, dan 55% sangat setuju. Pada indikator X2.2 sebesar 1% tidak setuju, 20% netral, 40% setuju, dan 39% sangat setuju. Pada indikator X2.3 sebesar 1% tidak setuju, 5% netral, 54% setuju, dan 40% sangat setuju. Pada indikator X2.4 sebesar 1% tidak setuju, 6% netral, 79% setuju, dan 14% sangat setuju. Pada indikator X2.5 sebesar 1% tidak setuju, 34% netral, 50% setuju, dan 15% sangat setuju. Dari data tersebut terlihat bahwa jawaban responden didominasi setuju pada setiap pernyataan mengenai pelayanan.

TABLE 7 Variabel Tarif Premi

No	Pernyataan	Jawaban										Total	
		STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X3.1	0	0%	0	0%	6	6%	79	79%	15	15%	100	100%
2	X3.2	0	0%	0	0%	18	18%	67	67%	15	15%	100	100%
3	X3.3	0	0%	0	0%	35	35%	50	50%	15	15%	100	100%
4	X3.4	0	0%	17	17%	50	50%	33	33%	0	0%	100	100%
5	X3.5	0	0%	16	16%	54	54%	30	30%	0	0%	100	100%

Berdasarkan tabel, menunjukkan bahwa untuk tanggapan pernyataan untuk indikator X3.1 sebesar 6% netral, 79% setuju, dan 15% sangat setuju. Pada indikator X3.2 sebesar 18% netral, 67% setuju, dan 15% sangat setuju. Pada indikator X3.3 sebesar 35% netral, 50% setuju, dan 15% sangat setuju. Pada indikator X3.4 sebesar 17% tidak setuju, 50% netral, 33% setuju. Pada indikator X3.5 sebesar 16% tidak setuju, 54% netral, 30% setuju. Dari data tersebut terlihat bahwa jawaban responden didominasi netral pada setiap pernyataan mengenai tarif premi.

TABLE 8 Variabel Minat Berasuransi

No	Pernyataan	Jawaban										Total	
		STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Y1.1	0	0%	0	0%	12	12%	45	45%	43	43%	100	100%
2	Y1.2	0	0%	0	0%	36	36%	64	64%	0	0%	100	100%
3	Y1.3	0	0%	1	1%	22	22%	61	61%	16	16%	100	100%

Berdasarkan tabel, menunjukkan bahwa untuk tanggapan pernyataan untuk indikator Y1.1 sebesar, 12% netral, 45% setuju, dan 43% sangat setuju. Pada indikator Y1.2 sebesar 36% netral, 64% setuju. Pada indikator Y1.3 sebesar 15 tidak setuju, 22% netral, 61% setuju, dan 16% sangat setuju. Dari data tersebut terlihat bahwa jawaban responden didominasi setuju pada setiap pernyataan mengenai minat berasuransi.

TABLE 9 Variabel Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	Jawaban										Total	
		STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Y2.1	0	0%	1	1%	11	11%	33	33%	55	55%	100	100%
2	Y2.2	0	0%	1	1%	25	25%	35	35%	39	39%	100	100%
3	Y2.3	0	0%	2	2%	19	19%	50	50%	29	29%	100	100%

Berdasarkan tabel, menunjukkan bahwa untuk tanggapan pernyataan untuk indikator Y2.1 sebesar 1% tidak setuju, 11% netral, 33% setuju, dan 55% sangat setuju. Pada indikator Y2.2 sebesar 1% tidak setuju, 25% netral, 35% setuju, dan 39% sangat setuju. Pada indikator Y2.3 sebesar 2% tidak setuju, 19% netral, 50% setuju, dan 29% sangat setuju. Dari data tersebut terlihat bahwa jawaban responden didominasi sangat setuju pada setiap pernyataan mengenai kepuasan nasabah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

TABLE 10 Analisis Deskriptif

VARIABEL	INDIKATOR	Mean	Standard Deviasi	Excess Kurtosis	Swekness
RELIGIUSITAS (X1)	X1.1	4.170	0.584	-0.236	-0.045
	X1.2	4.170	0.727	-0.410	-1.002
	X1.3	4.040	0.564	0.192	0.010
	X1.4	3.520	0.519	-1.496	0.136
	X1.5	3.660	0.494	-1.205	-0.432
PELAYANAN (Y2)	X2.1	4.150	0.574	-0.509	-0.683
	X2.2	4.170	0.775	-0.817	-0.439
	X2.3	4.330	0.617	0.805	-0.618
	X2.4	4.060	0.486	3.780	-0.378
	X2.5	3.790	0.697	-0.609	0.136
TARIF PREMI (X3)	X3.1	4.090	0.449	1.748	0.389
	X3.2	3.970	0.574	0.094	-0.002
	X3.3	3.800	0.678	-0.830	0.273
	X3.4	3.160	0.689	-0.885	-0.223
	X3.5	3.140	0.664	-0.736	-0.166
MINAT BERASURANSI (Y1)	Y1.1	4.130	0.674	-0.770	-0.471
	Y1.2	3.640	0.480	-1.683	-0.592
	Y1.3	3.920	0.643	0.050	-0.154
KEPUASAN NASABAH (Y2)	Y2.1	4.420	0.724	0.217	-1.002
	Y2.2	4.120	0.816	-1.124	-0.339
	Y2.3	4.060	0.746	-0.285	-0.392

Hasil analisis deskriptif dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Religiusitas (X1)

Variabel religiusitas terdiri dari 5 indikator yang terdiri dari X1.1, X1.2, X1.3, X1.4, dan X1.5, dengan nilai mean tertinggi sebesar 4.170, standard deviasi tertinggi sebesar 0.727, excess kurtosis tertinggi sebesar 0.192, dan swekness tertinggi sebesar 0.136.

2. Pelayanan (X2)

Variabel pelayanan terdiri dari 5 indikator yang terdiri dari X2.1, X2.2, X2.3, X2.4, dan X2.5, dengan nilai mean tertinggi sebesar 4.330, standard deviasi tertinggi sebesar 0.775, excess kurtosis tertinggi sebesar 3.780, dan swekness tertinggi sebesar -0.378.

3. Tarif Premi (X3)

Variabel tarif premi terdiri dari 5 indikator yang terdiri dari X3.1, X3.2, X3.3, X3.4, dan X3.5, dengan nilai mean tertinggi sebesar 4.090, standard deviasi tertinggi sebesar 0.689, excess kurtosis tertinggi sebesar 1.748, dan skewness tertinggi sebesar 0.389.

4. Minat Berasuransi (Y1)

Variabel minat berasuransi terdiri dari 3 indikator yang terdiri dari Y1.1, Y1.2, dan Y1.3, dengan nilai mean tertinggi sebesar 4.130, standard deviasi tertinggi sebesar 0.674, excess kurtosis tertinggi sebesar 0.050, dan skewness tertinggi sebesar -0.471.

5. Kepuasan Nasabah (Y2)

Variabel kepuasan nasabah terdiri dari 3 indikator yang terdiri dari Y2.1, Y2.2, dan Y2.3, dengan nilai mean tertinggi sebesar 4.420, standard deviasi tertinggi sebesar 0.816, excess kurtosis tertinggi sebesar 0.217, dan skewness tertinggi sebesar -0.339.

TABLE 11 Hasil Output Evaluasi Outer Model

VARIABEL	INDIKATOR	CROSS LOADINGS	KETERANGAN
RELIGIUSITAS (X1)	X1.1	0.766	VALID
	X1.2	0.939	VALID
	X1.3	0.722	VALID
	X1.4	0.718	VALID
	X1.5	0.894	VALID
PELAYANAN (Y2)	X2.1	0.814	VALID
	X2.2	0.938	VALID
	X2.3	0.944	VALID
	X2.4	0.797	VALID
	X2.5	0.833	VALID
TARIF PREMI (X3)	X3.1	0.842	VALID
	X3.2	0.920	VALID
	X3.3	0.943	VALID
	X3.4	0.654	VALID
	X3.5	0.585	VALID
MINAT BERASURANSI (Y1)	Y1.1	0.923	VALID
	Y1.2	0.861	VALID
	Y1.3	0.884	VALID
KEPUASAN NASABAH (Y2)	Y2.1	0.937	VALID
	Y2.2	0.766	VALID
	Y2.3	0.737	VALID

Berdasarkan hasil pengolahan diatas, semua variabel telah memenuhi convergent validity yang merupakan bagian dari outer model yaitu yang memiliki loading factor > 0,50 atau idealnya > 0,70 dan p-value < 0,05. Dengan demikian, evaluasi outer model convergent validity dapat diterima.

TABLE 12 Hasil output nilai AVE

VARIABEL	AVE (<i>Average Variance Extracted</i>)	KRITERIA	KETERANGAN
X1	0.661	AVE > 0.5	VALID
X2	0.752	AVE > 0.5	VALID
X3	0.643	AVE > 0.5	VALID
Y1	0.792	AVE > 0.5	VALID
Y2	0.669	AVE > 0.5	VALID

Berdasarkan hasil pengolahan diatas, semua variabel memiliki nilai AVE > 0,50 sehingga evaluasi outer model discriminant validity dapat diterima.

TABLE 13 Composite Reability

No.	Variabel	Composite Reability	Keterangan
1	Religiusitas (X1)	0.906	Reliabel
2	Pelayanan (X2)	0.938	Reliabel
3	Tarif Premi (X3)	0.897	Reliabel
4	Minat Berasuransi (Y1)	0.919	Reliabel
5	Kepuasan Nasabah (Y2)	0.857	Reliabel

Pada tabel, tampak bahwa semua variabel memiliki nilai composite reliability di atas 0,70 yang menandakan bahwa semua variabel memiliki reabilitas yang baik

TABLE 14 Cronbach's Alpha

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Religiusitas (X1)	0.872	Reliabel
2	Pelayanan (X2)	0.916	Reliabel
3	Tarif Premi (X3)	0.860	Reliabel
4	Minat Berasuransi (Y1)	0.868	Reliabel
5	Kepuasan Nasabah (Y2)	0.747	Reliabel

Pada tabel, tampak bahwa semua variabel memiliki nilai cronbach's alpha di atas 0,70 yang menandakan bahwa semua variabel memiliki reabilitas yang baik. Berdasarkan hasil pengolahan tersebut, semua variabel memiliki nilai composite reliability > 0,70 dan nilai cronbach's alpha > 0,70 sehingga dapat dikatakan bahwa konstruk reliabel. Dengan demikian, evaluasi outer model composite reliability dapat diterima.

TABLE 15 Output (R-squared) R2

	R Square	Kriteria	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y2)	0.768	R > 0.67	BAIK
Minat Berasuransi (Y1)	0.860	R > 0.67	BAIK

Menurut Chin (1998) dalam Ghazali (2012:27), hasil R2 sebesar 0,067 mengindikasikan bahwa model dikategorikan baik. Tabel 4.16 menunjukkan hasil R2 kepuasan nasabah (Y2) sebesar 0.768 yang berarti memiliki nilai lebih besar dari 0.67. Hasil R2 minat berasuransi (Y1) sebesar 0.860 yang berarti memiliki nilai lebih besar dari 0.67. maka dapat dikatakan pemodelan yang dibentuk dikategorikan sebagai model yang baik.

TABLE 16 Output Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Minat Berasuransi (Y1) -> Kepuasan Nasabah (Y2)	0.236	0.300	0.295	0.801	0.424
Pelayanan (X2) -> Kepuasan Nasabah (Y2)	0.728	0.702	0.171	4.257	0.000
Pelayanan (X2) -> Minat Berasuransi (Y1)	0.467	0.472	0.071	6.538	0.000
Religiusitas (X1) -> Kepuasan Nasabah (Y2)	0.080	0.042	0.130	0.612	0.541
Religiusitas (X1) -> Minat Berasuransi (Y1)	0.327	0.323	0.062	5.244	0.000
Tarif Premi (X3) -> Kepuasan Nasabah (Y2)	-0.170	-0.185	0.099	1.707	0.088
Tarif Premi (X3) -> Minat Berasuransi (Y1)	0.269	0.268	0.057	4.753	0.000

Dibawah ini di peroleh hubungan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen melalui variabel intervening.

TABLE 17 Hasil Perhitungan Specific Indirect Effects

	Original Sample (O)	Sample (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Pelayanan (X2) -> Minat Berasuransi (Y1) -> Kepuasan Nasabah (Y2)	0.110	0.143	0.144	0.766	0.444
Religiusitas (X1) -> Minat Berasuransi (Y1) -> Kepuasan Nasabah (Y2)	0.077	0.104	0.107	0.722	0.471
Tarif Premi (X3) -> Minat Berasuransi (Y1) -> Kepuasan Nasabah (Y2)	0.063	0.076	0.076	0.832	0.406

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk membuktikan kebenaran dengan penelitian atau hipotesis. Nilai t-statistik tersebut akan dibandingkan dengan nilai t-tabel. Penelitian yang menggunakan tingkat kepercayaan 95% sehingga tingkat presisi atau batas ketidak akuratan (α) = 5% = 0.05, nilai t-tabelnya adalah 1.98. Jika nilai t-statistik lebih kecil dari nilai t-tabel (t-statistik < 1.98), maka Ho diterima dan Ha ditolak. Jika nilai t-statistik lebih besar atau sama dengan t-tabel (t-statistik > 1.98 / t-statistik = 1.98), maka Ho ditolak dan Ha diterima (Ghozali dan Latan, 2015).

Berdasarkan nilai t-statistik pada tabel dapat diuji hipotesis sebagai berikut :

1. Pengaruh religiusitas terhadap minat berasuransi Hipotesis 1 (H1), terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel religiusitas terhadap minat berasuransi syariah. Hasil perhitungan menggunakan program komputer SmartPLS 3.2.8 menunjukkan nilai t- statistic (5.244) lebih besar dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95%. Hal ini menunjukkan bahwa Ha diterima dan Ho di tolak, berarti religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berasuransi syariah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya
2. Pengaruh pelayanan terhadap minat berasuransi Hipotesis 2(H2), terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel pelayanan terhadap minat berasuransi syariah. Hasil perhitungan menggunakan program komputer SmartPLS 3.2.8 menunjukkan nilai t- statistic (6.538) lebih besar dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95%. Hal ini menunjukkan bahwa Ha diterima dan Ho di tolak, berarti pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berasuransi syariah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya
3. Pengaruh tarif premi terhadap minat berasuransi Hipotesis 3 (H3), terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel tarif premi terhadap minat berasuransi syariah. Hasil perhitungan menggunakan program komputer SmartPLS 3.2.8 menunjukkan nilai t- statistic (4.753) lebih besar dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95%. Hal ini menunjukkan bahwa Ha diterima dan Ho di tolak, berarti tarif premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berasuransi syariah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya
4. Pengaruh religiusitas terhadap kepuasan nasabah Hipotesis 4(H4), terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara variabel religiusitas terhadap kepuasan nasabah. Hasil perhitungan menggunakan program komputer SmartPLS 3.2.8 menunjukkan nilai t-statistic (0.612) lebih kecil dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95%. Hal ini menunjukkan bahwa Ho diterima dan Ha di tolak, berarti religiusitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya
5. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah Hipotesis 5 (H5), terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hasil perhitungan menggunakan program komputer SmartPLS 3.2.8 menunjukkan nilai t- statistic (4.257) lebih besar dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95%. Hal ini menunjukkan bahwa Ha diterima dan Ho di tolak, berarti pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berasuransi syariah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya
6. Pengaruh tarif premi terhadap kepuasan nasabah Hipotesis 6(H6), terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara variabel tarif premi terhadap kepuasan nasabah. Hasil perhitungan menggunakan program komputer SmartPLS 3.2.8 menunjukkan nilai t-statistic (1.707) lebih kecil dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95%. Hal ini menunjukkan bahwa Ho diterima dan Ha di tolak, berarti tarif premi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berasuransi syariah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya.
7. Pengaruh religiusitas terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi Hipotesis 7(H7), terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara variabel religiusitas terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi syariah. Hasil perhitungan menggunakan program komputer SmartPLS 3.2.8 menunjukkan nilai t-statistic (0.722) lebih kecil dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95%. Hal ini menunjukkan bahwa Ho diterima dan Ha di tolak, berarti religiusitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan

terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi syariah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya

8. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi

Hipotesis 8 (H8), terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara variabel pelayanan terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi syariah. Hasil perhitungan menggunakan program komputer SmartPLS 3.2.8 menunjukkan nilai t-statistic (0.766) lebih kecil dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95%. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a di tolak, berarti pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi syariah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya

9. Pengaruh tarif premi terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi

Hipotesis 9 (H9), terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara variabel tarif premi terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi syariah. Hasil perhitungan menggunakan program komputer SmartPLS 3.2.8 menunjukkan nilai t-statistic (0.832) lebih kecil dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95%. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a di tolak, berarti tarif premi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi syariah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya

10. Pengaruh minat berasuransi terhadap kepuasan nasabah Hipotesis 10 (H10), terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara variabel minat berasuransi terhadap kepuasan nasabah. Hasil perhitungan menggunakan program komputer SmartPLS 3.2.8 menunjukkan nilai t-statistic (0.801) lebih kecil dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95%. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a di tolak, berarti minat berasuransi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan SmartPLS di atas dapat di jelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh religiusitas terhadap minat berasuransi Variabel religiusitas memiliki 5 indikator yaitu dimensi ideologis, dimensi ritualistic, dimensi eksperensial, dimensi konsekuensi, dan dimensi intelektual. Hasil perhitungan menggunakan program komputer SmartPLS 3.2.8 menunjukkan nilai t-statistic (5.244) lebih besar dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95% dan nilai P-value (0.000) lebih kecil dari 0.05. Berdasarkan hasil tersebut, maka religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berasuransi syariah. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara religiusitas terhadap minat berasuransi, dapat di artikan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas nasabah maka semakin tinggi pula tingkat minat nasabah berasuransi syariah. Begitu pula sebaliknya jika tingkat religiusitas nasabah rendah, maka tingkat minat nasabah berasuransi syariah rendah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sofian dan Sri Nur Ain Suleman (2017) yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih asuransi syariah. Menurut Adimarwan (Rahma, 2017: 13) religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu didalam hati, sebagai petunjuk cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia dan akhirat.
2. Pengaruh pelayanan terhadap minat berasuransi Variabel pelayanan memiliki 5 indikator yaitu tangibles, responsiveness, assurance, reability, dan empathy. Hasil perhitungan menggunakan program komputer SmartPLS 3.2.8 menunjukkan nilai t-statistic (6.538) lebih besar dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95%, dan nilai P-value (0.000) lebih kecil dari 0.05. Berdasarkan hasil tersebut, maka pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berasuransi syariah. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan terhadap minat berasuransi, dapat di artikan bahwa semakin tinggi tingkat pelayanan kepada nasabah maka semakin tinggi pula tingkat minat nasabah untuk berasuransi. Begitu pula sebaliknya jika tingkat pelayanan kepada nasabah rendah, maka tingkat minat nasabah berasuransi syariah juga rendah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Achmad Balya Al Hakim (2017) menyatakan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi anggota takaful. Sondakh (2014: 21) berpendapat, bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan akan semakin tinggi tingkat ketertarikan pengguna atau pelanggan, selanjutnya akan berdampak positif pada perilaku ataupun niat seseorang dalam menyikapi pelayanan tersebut.
3. Pengaruh tarif premi terhadap minat berasuransi Variabel tarif premi memiliki 5 indikator, yaitu tarif premi lebih rendah, tarif premi sesuai kemampuan, tarif premi bervariasi, biaya admin ringan, dan reward. Hasil perhitungan menggunakan program komputer SmartPLS 3.2.8 menunjukkan nilai t-statistic (4.753) lebih besar dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95% dan nilai P-value (0.000) lebih kecil dari 0.05. Berdasarkan hasil tersebut, maka tarif premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berasuransi syariah. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara tarif premi terhadap minat berasuransi, dapat di artikan bahwa semakin terjangkau tarif premi suatu produk asuransi, maka semakin tinggi tingkat minat nasabah untuk membeli produk asuransi tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Erlita Kurniawaty (2017) menyatakan bahwa tarif premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Menurut Muhammad (2011), dalam bukunya Hukum Asuransi Indonesia mengatakan bahwa premi asuransi adalah sejumlah uang yang wajib dibayarkan oleh tertanggung kepada penanggung setiap jangka waktu tertentu.

4. Pengaruh religiusitas terhadap kepuasan nasabah Variabel religiusitas memiliki 5 indikator yaitu dimensi ideologis, dimensi ritualistic, dimensi eksperensial, dimensi konsekuensi, dan dimensi intelektual. Hasil perhitungan menggunakan program komputer SmartPLS 3.2.8 menunjukkan nilai t-statistic (0.612) lebih kecil dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95% dan nilai P-value (0.541) lebih besar dari 0.05. Berdasarkan hasil tersebut, maka religiusitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Adanya pengaruh negatif dan tidak signifikan antara religiusitas terhadap kepuasan, dapat diartikan bahwa tingkat religiusitas seorang nasabah tidak mempengaruhi kepuasan seorang nasabah setelah melakukan pembelian produk asuransi syariah. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Khotimah (2018), yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Menurut Adimarwan (Rahma, 2017: 13) religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu didalam hati, sebagai petunjuk cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia dan akhirat.
5. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah Variabel pelayanan memiliki 5 indikator yaitu tangibles, responsiveness, assurance, reliability, dan empathy. Hasil perhitungan menggunakan program komputer SmartPLS 3.2.8 menunjukkan nilai t-statistic (4.257) lebih besar dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95%, dan nilai P-value (0.000) lebih kecil dari 0.05. Berdasarkan hasil tersebut, maka pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan nasabah, dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat pelayanan kepada nasabah maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Begitu pula sebaliknya jika tingkat pelayanan kepada nasabah rendah, maka tingkat kepuasan nasabah juga rendah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Steven Darwin dan Yohanes Sondang Kunto, S.Si., M.Sc. (2014.) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Sondakh (2014:21), Kualitas layanan ditentukan oleh bagaimana tingkat kesesuaian antara layanan yang diberikan dengan harapan yang diharapkan oleh pengguna layanan. Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan akan semakin tinggi tingkat ketertarikan pengguna atau pelanggan, selanjutnya akan berdampak positif pada perilaku ataupun niat seseorang dalam menyikapi pelayanan tersebut.
6. Pengaruh tarif premi terhadap kepuasan nasabah Variabel tarif premi memiliki 5 indikator, yaitu tarif premi lebih rendah, tarif premi sesuai kemampuan, tarif premi bervariasi, biaya admin ringan, dan reward. Hasil perhitungan menggunakan program komputer SmartPLS 3.2.8 menunjukkan nilai t-statistic (1.707) lebih kecil dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95% dan nilai P-value (0.088) lebih besar dari 0.05. Berdasarkan hasil tersebut, maka tarif premi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Adanya pengaruh negatif dan tidak signifikan antara tarif premi terhadap kepuasan, dapat diartikan bahwa tingkat tarif premi suatu produk asuransi syariah tidak mempengaruhi kepuasan seorang nasabah yang telah membeli produk asuransi syariah tersebut. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febrina Harianja (2017) menyatakan bahwa tarif premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Menurut Muhammad (2011), dalam bukunya Hukum Asuransi Indonesia mengatakan bahwa premi asuransi adalah sejumlah uang yang wajib dibayar oleh tertanggung kepada penanggung setiap jangka waktu tertentu.
7. Religiusitas terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi
Variabel religiusitas memiliki 5 indikator yaitu dimensi ideologis, dimensi ritualistic, dimensi eksperensial, dimensi konsekuensi, dan dimensi intelektual. Hasil perhitungan menggunakan program komputer SmartPLS 3.2.8 menunjukkan nilai t-statistic (0.722) lebih kecil dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95% dan nilai P-value (0.471) lebih besar dari 0.05. Berdasarkan hasil tersebut, maka religiusitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi. Adanya pengaruh negatif dan tidak signifikan antara religiusitas terhadap kepuasan, dapat diartikan bahwa tingkat religiusitas seorang nasabah tidak mempengaruhi kepuasan seorang nasabah setelah berminat untuk melakukan pembelian produk asuransi syariah. Menurut Adimarwan (Rahma, 2017: 13) religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu didalam hati, sebagai petunjuk cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia dan akhirat.
8. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi
Variabel pelayanan memiliki 5 indikator yaitu tangibles, responsiveness, assurance, reliability, dan empathy. Hasil perhitungan menggunakan program komputer SmartPLS 3.2.8 menunjukkan nilai t-statistic (0.766) lebih kecil dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95%, dan nilai P-value (0.444) lebih besar dari 0.05. Berdasarkan hasil tersebut, maka pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi. Adanya pengaruh negatif dan tidak signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi, dapat diartikan bahwa tingkat pelayanan kepada nasabah tidak

mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah setelah berminat melakukan pembelian produk asuransi syariah. Sondakh (2014: 21) berpendapat, bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan akan semakin tinggi tingkat ketertarikan pengguna atau pelanggan, selanjutnya akan berdampak positif pada perilaku ataupun niat seseorang dalam menyikapi pelayanan tersebut.

9. Pengaruh tarif premi terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi variabel tarif premi memiliki 5 indikator, yaitu tarif premi lebih rendah, tarif premi sesuai kemampuan, tarif premi bervariasi, biaya admin ringan, dan reward. Hasil perhitungan menggunakan program komputer SmartPLS 3.2.8 menunjukkan nilai t-statistic (0.832) lebih kecil dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95% dan nilai P-value (0.406) lebih besar dari 0.05. Berdasarkan hasil tersebut, maka tarif premi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi syariah. Adanya pengaruh negatif dan tidak signifikan antara tarif premi terhadap kepuasan nasabah melalui minat berasuransi, dapat diartikan bahwa tingkat tarif premi suatu produk asuransi syariah tidak mempengaruhi kepuasan seorang nasabah yang telah berminat membeli produk asuransi syariah. Menurut Muhammad (2011), dalam bukunya Hukum Asuransi Indonesia mengatakan bahwa premi asuransi adalah sejumlah uang yang wajib dibayar oleh tertanggung kepada penanggung setiap jangka waktu tertentu.
10. Pengaruh minat berasuransi terhadap kepuasan nasabah Variabel minat berasuransi memiliki 3 indikator yaitu faktor individu, faktor sosial, dan faktor emosional. Hasil perhitungan menggunakan program komputer Smart PLS 3.2.8 menunjukkan nilai t-statistic (0.801) lebih kecil dari t-tabel (1.98) pada tingkat keyakinan 95% dan nilai P-value (0.424) lebih besar dari 0.05. Berdasarkan hasil tersebut, maka minat
11. berasuransi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Adanya pengaruh negatif dan tidak signifikan antara minat berasuransi terhadap kepuasan nasabah, dapat diartikan bahwa tingkat minat seorang nasabah yang telah membeli produk asuransi syariah tidak mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah setelah melakukan pembelian produk asuransi syariah. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Erlita Kurniawaty (2017) menyatakan bahwa minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya pelanggan akan berminat membeli produk asuransi syariah dan mendapatkan kepuasan dari manfaat asuransiyang sesuai dengan kebutuhan pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

Al Qur'anul Karim

Achmad, Balya, Al Hakim. 2017. Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pada Takaful Yogyakarta. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga

Adimarwan, Karim. 2013. Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan. Edisi 5. Cetakan ke 9. Jakarta: Raja

Grafindo. Al Arif, M. Nur Rianto. 2015. Pemasaran Strategik Pada Asuransi Syariah. Bekasi: Gramata Publishing

Ali, A.M. Hasan. 2004. Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam: Suatu Tinjauan Anshori, Abdul Ghofur. 2008.

Asuransi Syariah di Indonesia. Yogyakarta: UII Press Anwar, Khoiril. 2007. Asuransi Syariah Halal dan Maslahat.

Surakarta: Tiga Serangkai

Bella, Rahma. 2017. Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah. Naskah Publikasi. UIN Syarif Hidayatullah.

Dr. Chandra Kartika dkk (2021) Statistik di Era Millenial. Teori dan Praktikum dengan Menggunakan Aplikasi Software Statistik. Surabaya. PT. Escaf Sejahtera Indonesia

Dr. Darto, Mariman. 2016. Perilaku Prosocial Bagi Revolusi Mental: Seri Penelitian. Malang: Selaras Media

Kreasindo Drs. Danang Sunyoto, Dasar-dasar Manajemen Pemasara, Yogyakarta: CAPS, 2012, hal 186.

Erlita Kurniawaty (2017). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Tarif Premi Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Kepuasan Pelanggan Di PT. Asuransi Cigna Jakarta. ISSN: 2339 – 0689, E-ISSN: 2406-8616 J. KREATIF, Vol. 5, No. 1 Oktober 2017 (1 - 17)

Febrina Harijanja (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Tarif Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Switching Intention Pada PT. Prudential Life Assurance Kota Pekanbaru. JOM Fekon, Vol.4 No.2 (Oktober)

2017

Ghozali, I. (2012). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2008). Structuran Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square, edisi 2. Semarang: Universitas Diponegoro

Khotimah, Nurul. (2018). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri. JMM17 Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen, Vol.05 No.01, hal. 37-38

Koetjoro, Wuryanti. (2009). Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas yang Syar'i Pemegang Polis Asuransi Syariah, Vol. 10, No. 2, 377 – 384

Kotler, Philip, & Keller, Kevin L, "Manajemen Pemasaran", Edisi 13 jilid 1, Erlangga, Jakarta, 2009

Kotler, Phillip and Gary, Amstrong. 2014. Principle of Marketing, 15th edition; New Jersey: Peaso Prentice Hall

Masrurah, Atik. 2015. Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah. Naskah Publikasi. STAIN Salatiga.

Mengenal Asuransi Syariah. (2016, Oktober). Prudential "Muhammad ibn 'Īsā Abū 'Īsā al-Tirmidzī al-Salamī, Sunan al- Tirmidzī, (Bayrūt: Dār al-Turāts al'-Arabī, t.th.), Juz V, No. 34

Muhammad, Abdulkadir. 2011. Hukum Asuransi Indonesia. Bandung: PT.CITRA ADITYA BAKTI

N. Paramananda dan Km. Agus S.P. 2015. Pengaruh Tarif Premi, Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Iklan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Nasabah. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 4, 2015: 1134-1148 ISSN: 2302-8912

Siamat, Dahlan. 1995. Manajemen Lembaga Keuangan. Jakarta: Era Intermedia. Stoner, J. A. F, R. E. Freeman, and D. R. Gilber Jr. 1995. Management 6th edition. Englewood Cliffs, N. J: Prentice Hall

Siti Komariyah Hildayanti, Luis Marnisah, dan Eko Surya Dinata. 2018. Pengaruh Nilai, Kualitas Pelayanan, dan Komitmen Organisasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk. Cabang Palembang. JURNAL EKONOMI GLOBAL MASA KINI MANDIRI VOLUME 9 No.1 JUKI 2018. ISSN PRINT: 2089-6018. ISSN ONLINE: 2502-2024

Soeismo Djojosoedarso, 2003, Prinsip-Prinsip Manajemen Risiko dan Asuransi, Jakarta: Salemba Empat

Sofian dan Sri Nur Ain Suleman. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Asuransi Syariah di PT. Prudential Life Anssurance Cabang Kota Gorontalo. Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam. Volume 2, Nomor 1, Juni 2017."

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

Steven Darwin dan Yohanes Sondang Kunto, S.Si., M.Sc. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol 2, No.1 (2014)

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&d. Bandung: Alfabeta

Sula, Muhammad Syakir. 2004. Asuransi Syariah (Life and General): Konsep dan Sistem Operasional. Jakarta: Gema Insani Press

Suma, Muhammad Amin. 2006. Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional: Teori, Sistem, Aplikasi dan Pemasaran. Jakarta: Kholam Publishing

Sumanto, Agus Edi, dkk. 2009. Solusi Berasuransi: Lebih Indah dengan Syariah. Bandung: Salamadani Tjiptono,

Fandy. (2014). Pemasaran Jasa, Prinsip Penerapan Penelitian. Yogyakarta: CV.ANDI Undang-Undang No.02

Tahun 1992

Undang-Undang No.73 Tahun 1992

Widyaningsih, et al. 2005. Bank dan Asuransi Islam di Indonesia. Jakarta: Kencana Prenada Media.

Conflict of Interest Statement: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright © tahun terbit nama belakang and nama belakang. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.