

**PENGARUH PREMI ASURANSI, KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH
PT. ASURANSI JIWA SINARMAS MANADO**

*THE EFFECT OF INSURANCE PREMIUMS, SERVICE QUALITY, AND TRUST LEVELS ON
INTEREST TO BE A LIFE INSURANCE COSTUMER IN
PT. SINARMAS LIFE INSURANCE MANADO*

Oleh:

Kezia Kristiani Lumempouw¹

Lisbeth Mananeke²

Jeffry L. Tampenawas³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

¹Kezia_kristiani@yahoo.com

²lisbethmananeke@gmail.com

³jeffry_tampenawas@yahoo.co.id

Abstrak : Dalam era globalisasi saat ini persaingan antar perusahaan asuransi semak ketat dengan jumlah nasabah yang berfluktuasi menimbulkan ketertarikan tersendiri dalam hal memilih perusahaan asuransi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh premi asuransi, kualitas pelayanan, dan tingkat kepercayaan terhadap minat menjadi nasabah PT. Asuransi Jiwa Sinarmas Manado. Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sampel dalam penelitian ini yaitu 100 responden. Dengan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian uji secara parsial menunjukkan bahwa Premi asuransi berpengaruh signifikan terhadap Minat menjadi Nasabah, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat menjadi Nasabah, dan Tingkat Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Minat menjadi Nasabah. Dan uji simultan menunjukkan bahwa Premi Asuransi, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat menjadi Nasabah. Perusahaan harus tetap mempertahankan premi asuransi, kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap minat menjadi nasabah.

Kata Kunci: premi asuransi, kualitas pelayanan, dan tingkat kepercayaan

Abstract: In the current era of globalization, competition between insurance companies is as tight as the number of customers that fluctuates, causing its own interest in choosing an insurance company. This study aims to determine the effect of insurance premiums, service quality, and the level of confidence in the interests of being a customer of PT. Sinarmas Life Insurance Manado. The research used is quantitative research with an associative approach. The sample in this study were 100 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The partial test results show that insurance premiums have a significant effect on the interest of being a Customer, Service Quality has a significant effect on the Interest of being a Customer, and the Level of Trust has a significant effect on the Interest of being a Customer. And the simultaneous test shows that Insurance Premiums, Service Quality and Confidence Level together have a significant influence on Interest in becoming a Customer. Companies must maintain insurance premiums, service quality and level of confidence in the interests of being a customer.

Keywords: insurance premiums, service quality, and level of trust.

Latar Belakang

Di dalam era globalisasi saat ini, tidak dipungkiri bahwa persaingan antara perusahaan semakin kuat. Berbagai macam perusahaan yang ada di Indonesia berlomba - lomba untuk menjadikan daya saing yang tinggi dan unggul dalam dunia bisnis dan ekonomi. Persaingan antar perusahaan tersebut tidak kecuali dengan perusahaan jasa asuransi. Semakin maraknya perusahaan asuransi di Indonesia membuat persaingan sangat ketat untuk menjadikan eksistensinya di dunia perasuransian. Selain itu tidak dipungkiri sebagai makhluk hidup manusia membutuhkan perlindungan sewaktu - waktu ketika dia berada dimana saja dan bahkan diwaktu kapanpun. Setiap manusia yang normal pasti mempunyai cita-cita untuk selalu meningkatkan atau memperbaiki taraf hidupnya guna mengejar kesejahteraan jasmani maupun rohani.

Namun ukuran kesejahteraan ini adalah relatif, artinya kesejahteraan bagi orang yang satu dengan yang lain adalah berbeda. Sudah barang tentu dalam memperjuangkan bagi dirinya tidak lepas dari risiko yang mungkin datang. Salah satu cara penanganan risiko tersebut dengan mengalihkannya kepada pihak lain yang bersedia untuk menerimanya, yaitu dengan mengadakan perjanjian asuransi. Asuransi adalah media dalam meminimalisir risiko yang mungkin dihadapi manusia. Fajarianto (2017:110) Asuransi jiwa adalah pemberian proteksi terhadap risiko kehidupan yang disebabkan oleh kematian yang terlalu cepat, hidup terlalu lama atau dikarenakan sakit, kecelakaan atau cacat tetap.

Untuk menghadapi persaingan antara lembaga asuransi perlu adanya strategi pemasaran, karena pemasaran merupakan ujung tombak untuk meraih konsumen sebanyak-banyaknya karena dengan pemasaran yang baik maka akan banyak nasabah yang ingin mengikuti produk dari perusahaan asuransi tersebut.

Mutu pelayanan memiliki hubungan erat dengan keputusan nasabah mutu pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan pihak perusahaan. Apabila sudah terjalin ikatan, maka nasabah akan memilih perusahaan tersebut dan ketika mereka datang di perusahaan itu, mereka sudah mempunyai harapan tentang layanan macam apa yang akan diperoleh berdasarkan pengalamannya, komunikasi dari mulut ke mulut yang pernah didengarnya, serta dipengaruhi oleh kebutuhannya sehingga layanan yang pernah di alami ini akan menjadi standar perbandingan layanan yang di terima sekarang.

Dan juga dengan adanya premi atau uang kontribusi yang terjangkau dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, seperti Premi Asuransi di Asuransi Jiwa Sinarmas yang berkisar Rp.300.000 - Rp.500.000, maka diharapkan mampu meningkatkan daya minat menjadi nasabah. Salah satu faktor selain premi yang tidak membebani nasabah, kemampuan menanamkan Kepercayaan nasabah juga merupakan salah satu hal penting untuk menarik minat nasabah, dikarenakan PT. Asuransi Jiwa Sinarmas adalah anak perusahaan PT. Sinar Mas Multiartha Tbk yang didukung oleh kondisi keuangan yang sangat baik, inovasi produk dan layanan nasabah serta kepemilikan jaringan bisnis yang luas. Dan PT. Asuransi Jiwa Sinarmas merupakan salah satu perusahaan asuransi umum terbesar di Indonesia dari sisi *Gross Premium Writer*.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

1. Premi asuransi, Kualitas pelayanan dan Tingkat kepercayaan terhadap minat menjadi nasabah
2. Premi asuransi terhadap minat menjadi nasabah
3. Kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah
4. Tingkat Kepercayaan terhadap minat menjadi nasabah

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Kotler dan Keller (2009:27) Manajemen Pemasaran adalah seni dan juga ilmu untuk menentukan pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga serta menumbuhkan konsumen melalui pembuatan, pengiriman, dan pengomunikasian manfaat produk bagi konsumen.

Minat

Shaleh dan Wahab (2004:263), mendefinisikan minat sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang.

Ketertarikan

Sudirman (2011: 36) ketertarikan adalah proses yang dialami setiap individu tetapi sulit dijelaskan. Dapat disimpulkan bahwa rasa tertarik merupakan rasa yang dimiliki setiap individu dalam ungkapan suka, senang dan simpati kepada sesuatu sebelum melakukan aktivitas, sebagai penilaian positif atau suatu obyek.

Keinginan

Pengertian Keinginan Chaplin (2008:255) adalah suatu sikap yang berlangsung terus menerus yang memolakan perhatian seseorang, sehingga membuat dirinya jadi selektif terhadap objek minatnya di dalam kondisi yang lain, satu keadaan motivasi, atau satu set motivasi, yang menuntun tingkah laku menuju satu arah (sasaran) tertentu.

Premi Asuransi

Amrin (2011:34) Premi adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan setiap bulannya sebagai kewajiban dari tertanggung atas keikutsertaannya di asuransi.

Keterjangkauan Harga.

Kotler dan Armstrong (2012:345) Keterjangkauan adalah sejauh mana sesuatu yang terjangkau diukur dengan biaya relatif terhadap jumlah dimana pembeli mampu untuk membayar.

Kesesuaian dengan kualitas

Tjiptono dan Chandra (2012:152), kualitas dapat diartikan sebagai Kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas Pelayanan

Zeithmal, Parasuraman dan Berry (1990:20) kualitas pelayanan merupakan penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu pelayanan. Persepsi terhadap kualitas pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja actual pelayanan

Tepat waktu dalam Pelayanan

Tjiptono dan Chandra (2007:133), ukuran kualitas pelayanan tersebut dapat dilihat dari pelayanan yang akurat dan tepat waktu, adanya sikap bertanggung jawab petugas untuk membantu dan memberikan pelayanan yang tepat.

Tingkat Kepercayaan

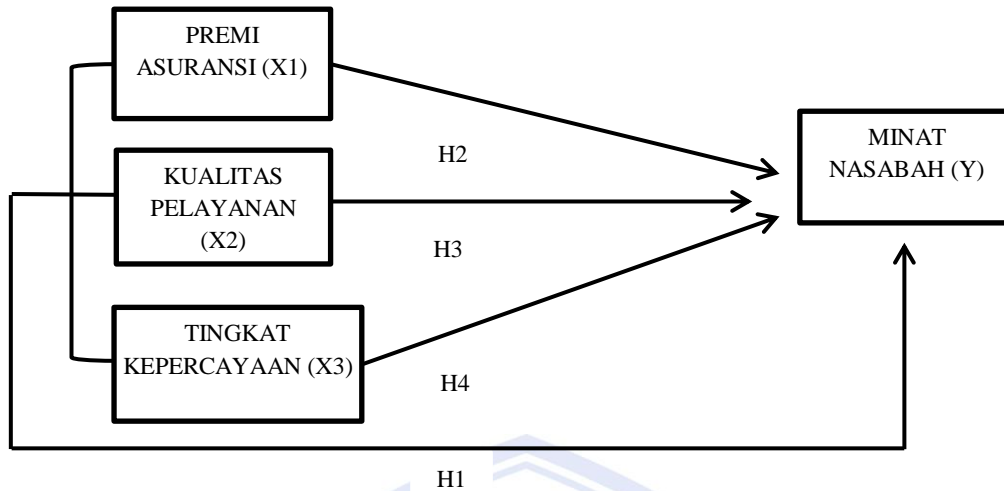
Ferrinadewi (2005:4) mendefinisikan kepercayaan konsumen sebagai persepsi akan keterhandalan dari sudut pandang konsumen yang didasarkan pada pengalaman atau lebih pada urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan.

Penelitian Terdahulu

Taroreh, Jorie, dan Wenas (2015) dalam penelitiannya berjudul Pengaruh persepsi konsumen, dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan jasa asuransi pada Asuransi Jasindo Manado. Hasil penelitian simultan dan parsial persepsi konsumen dan kepercayaan berpengaruh signifikan, dan positif terhadap penggunaan jasa asuransi jasindo.

Ariyanti dan Ilfitriah (2015) dalam penelitiannya berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah pada Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas layanan, kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah, dan promosi berpengaruh negatif terhadap minat menabung nasabah.

Hidayatillah, Suryoko dan Prabawani (2014) dalam penelitiannya berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi dan Harga Premi Asuransi terhadap Keputusan Pemegang Polis dalam memilih Asuransi Bumiputera 1912. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, reputasi dan harga premi secara parsial maupun simultan mempengaruhi keputusan pembelian.

Model Penelitian**Gambar 1 Model Penelitian***Sumber: Kajian Teori, 2019*

- H₁: Diduga Premi Asuransi, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menjadi nasabah PT. Asuransi Jiwa Sinarmas Manado
- H₂: Diduga Premi Asuransi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menjadi nasabah PT. Asuransi Jiwa Sinarmas Manado
- H₃: Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan terhadap Minat menjadi nasabah PT. Asuransi Jiwa Sinarmas Manado
- H₄: Diduga Tingkat Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menjadi nasabah PT. Asuransi Jiwa Sinarmas Manado

METODE PENELITIAN**Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif.

Populasi Dan Besaran Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah yang menjadi nasabah di PT. Asuransi Jiwa Manado yaitu berjumlah 1.115 nasabah. Sampel yang dihitung menggunakan rumus slovin dengan standar error 10% (0,1) berjumlah 100 nasabah.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diperoleh dalam bentuk angka dan dapat dihitung. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden penelitian melalui wawancara atau kuesioner lapangan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawabnya.

Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuai instrumen. Suatu instrumen dikatakan baik jika mempunyai validitas tinggi. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner

Uji Multikolinearitas

Menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (tidak terjadi multikolinearitas) dengan melihat nilai VIF pada output SPSS dimana jika nilai toleransi lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.00 maka antar variabel bebas tidak mengandung atau memiliki gejala multikolinearitas

Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji dalam sebuah model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan kepengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan antara variabel bebas (variabel independen) terhadap variabel terikat (variabel dependen). Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e.$$

Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t (t-test) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi mendekati satu, berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

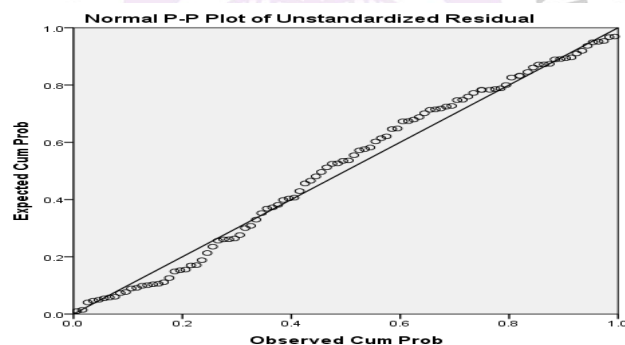
Variabel	Indikator	Koefisien Korelasi	Korelasi Batas	Reliabilitas	Keterangan
Premi asuransi (X_1)	$X_{1.1}$	0,816	0,30	0,899	Valid
	$X_{1.2}$	0,863	0,30		Valid
	$X_{1.3}$	0,852	0,30		Valid
	$X_{1.4}$	0,817	0,30		Valid
	$X_{1.5}$	0,786	0,30		Valid
	$X_{1.6}$	0,757	0,30		Valid
Kualitas pelayanan (X_2)	$X_{2.1}$	0,813	0,30	0,916	Valid
	$X_{2.2}$	0,875	0,30		Valid
	$X_{2.3}$	0,888	0,30		Valid
	$X_{2.4}$	0,884	0,30		Valid
	$X_{2.5}$	0,804	0,30		Valid
	$X_{2.6}$	0,774	0,30		Valid

Tingkat kepercayaan (X ₂)	X _{3.1}	0,828	0,30	0,904	Valid
	X _{3.2}	0,833	0,30		Valid
	X _{3.3}	0,847	0,30		Valid
	X _{3.4}	0,812	0,30		Valid
	X _{3.5}	0,842	0,30		Valid
	X _{3.6}	0,776	0,30		Valid
Minat nasabah (Y ₁)	Y ₁	0,792	0,30	0,911	Valid
	Y ₂	0,878	0,30		Valid
	Y ₃	0,867	0,30		Valid
	Y ₄	0,868	0,30		Valid
	Y ₅	0,820	0,30		Valid
	Y ₆	0,775	0,30		Valid

Sumber: Data penelitian yang diolah menggunakan SPSS 23, 2019

Hasil uji validitas pada tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel premi asuransi, kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, dan minat nasabah memiliki nilai koefisien korelasi dengan skor total seluruh item pernyataan lebih besar dari 0,30. Hal ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan dalam penelitian tersebut valid dan layak digunakan sebagai instrument penelitian. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien *alpha* yang cukup besar lebih dari 0,60 jadi dapat dinyatakan bahwa seluruh variable memenuhi syarat reliabilitas.

Hasil Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas



Gambar 2. Grafik P-P Plot

Sumber : Data penelitian yang diolah menggunakan SPSS 23, 2019

Berdasarkan gambar 2 dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal pada grafik histogram, hal ini menunjukkan bahwa pola distribusi normal. Jadi dapat disimpulkan bahwa Grafik P-P Plot, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

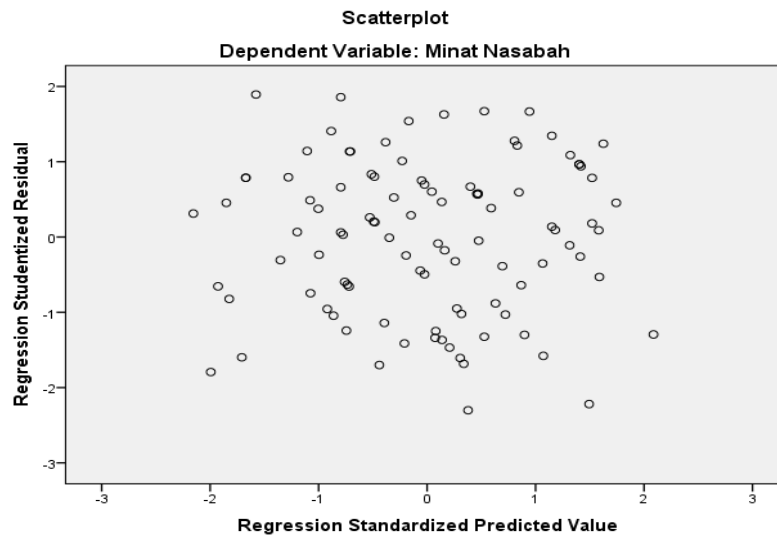
Model		Coefficients ^a	
		Tolerance	VIF
1	Premi Asuransi	.439	2.279
	Kualitas Pelayanan	.465	2.153
	Tingkat Kepercayaan	.504	1.982

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber : Data penelitian yang diolah menggunakan SPSS 23, 2019

Berdasarkan output pada tabel 2 *tolerance value* > 0,10 dan *VIF* < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada ketiga variabel independen tersebut tidak terdapat hubungan multikolinearitas dan dapat digunakan untuk memprediksi premi asuransi, kualitas pelayanan, dan tingkat kepercayaan terhadap minat menjadi nasabah.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Grafik Scatterplot
Sumber : Data penelitian yang diolah menggunakan SPSS 23, 2019

Gambar 3. Menunjukkan bahwa terlihat tidak ada pola yang jelas serta titik-titik tersebut menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

$$Y = -0,129 + 0,503X_1 + 0,206X_2 + 0,259X_3$$

Uji F (Simultan)

Tabel 4. Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	621.302	3	207.101	72.963	.000 ^b
	Residual	272.488	96	2.838		
	Total	893.790	99			

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

b. Predictors: (Constant), Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Premi asuransi

Sumber: Data penelitian yang diolah menggunakan SPSS 23, 2019

Dari Tabel 4. Menunjukkan premi asuransi, kualitas pelayanan, dan tingkat kepercayaan terhadap minat nasabah secara bersama – sama diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 (0,000 < 0,05). dengan kata lain Ada pengaruh yang signifikan dari premi asuransi, kualitas pelayanan, dan tingkat kepercayaan terhadap minat nasabah PT. Asuransi Jiwa Sinarmas Manado

Uji t (Parsial)

Tabel 5. Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.129	1.576		-.082	.935
Premi Asuransi	.503	.090	.475	5.582	.000
Kualitas Pelayanan	.206	.077	.222	2.682	.009
Tingkat Kepercayaan	.259	.086	.239	3.016	.003

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data penelitian yang diolah menggunakan SPSS 23, 2019

Hasil uji T pada tabel 5 menunjukkan premi asuransi terhadap minat nasabah diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,503 bernilai positif. Hasil ini mempunyai arti H_0 ditolak dan H_2 diterima, atau dengan kata lain Ada pengaruh yang positif dan signifikan dari Premi asuransi terhadap minat menjadi nasabah PT. Asuransi Jiwa Sinarmas Manado.

Kualitas pelayanan terhadap minat nasabah diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,009 kurang dari 0,05 ($0,009 < 0,05$) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,206 bernilai positif. Hasil ini mempunyai arti H_0 ditolak dan H_3 diterima, atau dengan kata lain Ada pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah PT. Asuransi Jiwa Sinarmas Manado.

Tingkat kepercayaan terhadap minat nasabah diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,003 kurang dari 0,05 ($0,003 < 0,05$) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,259 bernilai positif. Hasil ini mempunyai arti H_0 ditolak dan H_4 diterima, atau dengan kata lain Ada pengaruh yang positif dan signifikan dari tingkat kepercayaan terhadap minat menjadi nasabah PT. Asuransi Jiwa Sinarmas Manado.

Pembahasan Hasil

Pengaruh Premi Asuransi, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa premi asuransi, kualitas pelayanan, dan tingkat kepercayaan secara bersama – sama atau simultan berpengaruh terhadap minat nasabah, hal ini diperoleh dari nilai signifikansi F sebesar 0,000. Nilai Signifikansi $0,000 < 0,05$ mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa premi asuransi, kualitas pelayanan, dan tingkat kepercayaan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Semakin baik premi asuransi, kualitas pelayanan, dan tingkat kepercayaan akan semakin meningkatkan minat nasabah PT. Asuransi Jiwa Sinarmas Manado, sebaliknya jika premi asuransi, kualitas pelayanan, dan tingkat kepercayaan semakin buruk maka minat nasabah PY. Asuransi Jiwa Sinarmas Manado akan semakin menurun.

Hal ini senada dengan penelitian oleh Ariyanti dan Ilfitriah (2015) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah, kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah, promosi berpengaruh negatif terhadap minat menabung nasabah. Hal serupa juga dinyatakan dalam penelitian Hidayatillah, Suryoko dan Prabawani (2014) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, reputasi dan harga premi secara parsial maupun simultan mempengaruhi keputusan pembelian.

Pengaruh Premi asuransi Terhadap Minat nasabah

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa pengaruh premi asuransi terhadap minat nasabah adalah pengaruh yang positif, hal ini diperoleh dari nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai koefisien beta 0,503 bernilai positif. Nilai Signifikansi $0,000 < 0,05$ mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa premi asuransi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Dengan kata lain semakin bertambahnya premi asuransi akan semakin meningkatkan minat nasabah Asuransi Jiwa Sinarmas Manado, sebaliknya jika premi asuransi semakin menurun maka minat nasabah PT. Asuransi Jiwa Sinarmas Manado akan semakin menurun.

Hidayatillah, Suryoko dan Prabawani (2014), kualitas pelayanan, reputasi dan harga premi secara parsial maupun simultan mempengaruhi keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Minat nasabah

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah adalah pengaruh yang positif, hal ini diperoleh dari nilai signifikansi sebesar 0,009 dengan nilai koefisien beta 0,206 bernilai positif. Nilai Signifikansi $0,009 < 0,05$ mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Dengan kata lain semakin bertambahnya kualitas pelayanan akan semakin meningkatkan minat nasabah PT. Asuransi Jiwa Sinarmas Manado, sebaliknya jika kualitas pelayanan semakin menurun maka minat nasabah PT. Asuransi Jiwa Sinarmas Manado akan semakin menurun.

Widiyasti, Santoso dan Rusdan (2016), Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang Konsumen AXA Mandiri Mapan di kota Mataram. Ekuitas merek dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang Konsumen AXA Mandiri Mapan di kota Mataram.

Pengaruh Tingkat kepercayaan Terhadap Minat nasabah

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa pengaruh tingkat kepercayaan terhadap minat nasabah adalah pengaruh yang positif, hal ini diperoleh dari nilai signifikansi sebesar 0,003 dengan nilai koefisien beta 0,259 bernilai positif. Nilai Signifikansi $0,003 < 0,05$ mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Dengan kata lain semakin tinggi tingkat kepercayaan akan semakin meningkatkan minat nasabah PT. Asuransi Jiwa Sinarmas Manado, sebaliknya jika tingkat kepercayaan semakin rendah maka minat nasabah PT. Asuransi Jiwa Sinarmas Manado akan semakin menurun.

Alamsyah dan Ruswanti (2017), Terdapat pengaruh yang signifikan dari kepercayaan konsumen terhadap minat beli. Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari motivasi pembelian, sikap konsumen, kepercayaan konsumen terhadap minat beli.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Premi asuransi, kualitas pelayanan, dan tingkat kepercayaan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap minat nasabah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Fhitung yang lebih besar dari Ftabel dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05, Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa Premi Asuransi, Kualitas pelayanan, dan Tingkat kepercayaan mempengaruhi minat menjadi nasabah sebesar 68,6%, sementara sisanya sejumlah 31,4% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain diluar penelitian ini.
2. Premi Asuransi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah PT. Asuransi jiwa Sinarmas Manado
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah PT. Asuransi jiwa Sinarmas Manado
4. Tingkat Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah PT. Asuransi jiwa Sinarmas Manado

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka saran-saran yang dapat di berikan sehubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. PT. Asuransi Jiwa Sinarmas Manado sebaiknya mempertahankan premi asuransi, kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap minat menjadi nasabah.
2. PT. Asuransi Jiwa Sinarmas Manado, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam mengoptimalkan minat nasabah dengan memperhatikan premi asuransi melalui kesesuaian manfaat investasi PT. Asuransi Jiwa Sinarmas yang ditawarkan kepada konsumen
3. Serta mengoptimalkan tingkat kepercayaan dengan cara membangun kepercayaan nasabah dengan kompetensi dari Karyawan/staf dan pemimpin Asuransi Jiwa Sinarmas. Sehingga minat nasabah PT. Asuransi Jiwa Sinarmas Manado akan semakin tinggi atau PT. Asuransi Jiwa Sinarmas adalah pilihan utama bagi nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah., dan Ruswanti. 2017. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Membeli Produk Asuransi Jiwa Sinarmas Di Kota Tangerang. *Jurnal Manajemen*, vol. 1 no. 4 Hal 127-140 <http://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Master-8362-jurnal.pdf>. Tanggal akses : 14-Maret-2019
- Amrin. 2011. *Meraih Berkah melalui Asuransi Syariah*. PT Elex Media Komputindo, Jakarta
- Ariyanti. dan Ilfitriah. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah pada Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya. *Jurnal Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas*, vol. 2 no. 1 Hal 206-217 <http://eprints.perbanas.ac.id/774/1/ARTIKEL%20ILMIAH.pdf>. Tanggal akses : 14-Maret-2019
- Chaplin, J. P. 2008. *Kamus Psikologi Lengkap*. PT Raja Grafindo, Jakarta
- Fajarianto. 2017. *Wealth Management: Tata Kelola*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta Selatan.
- Ferrinadewi, E. 2005. *Pengaruh Tipe Keterlibatan Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. Modus, Jakarta.
- Hidayatillah., Suryoko., dan Prabawani. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi dan Harga Premi Asuransi terhadap Keputusan Pemegang Polis dalam memilih Asuransi Bumiputera 1912. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 3 no. 2. <https://www.neliti.com/id/publications/102419/pengaruh-kualitas-pelayanan-reputasi-dan-harga-premi-asuransi-terhadap-keputusan>. Tanggal akses : 14-Maret-2019
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 edisi ke 13. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Shaleh, A.R. dan Wahab, M.A. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar*. Prenada Media, Jakarta.
- Sudirman, A.M. 2011. *Interaksi dan Motivasi Belajar dan Mengajar*. PT. Grafindo Indonesia, Jakarta.
- Taroreh. O., Jorie. R.J., dan Wenas. R. 2015. Pengaruh persepsi konsumen, dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan jasa asuransi pada Asuransi Jasindo Manado. *Jurnal EMBA* Vol.3 No.3 Hal 312-321. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/9388/8964> Tanggal akses : 17-Okt-2019
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. 2007. *Service, Quality and Satisfaction*, Edisi 2. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. 2012. *Pemasaran Strategik*. ANDI, Yogyakarta.
- Widiyasti., Santoso., dan Rusdan. 2016. Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen AXA Mandiri Mapan Sejahtera Di Kota Mataram. *Jurnal Magister Manajemen*, vol. 5 no. 3. <https://jmm.ac.id/index.php/jurnal/article/view/70>. Tanggal akses : 14-Maret-2019
- Zeithaml, V. A., Parasuraman. A., dan Berry L.L. 1990. *Delivering Quality Service Balancing Customer Perception and Expectation*. The Free Press, New York.