

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMAKAIAN JASA ASURANSI AJB BUMIPUTERA 1912 KANTOR CABANG PURWOREJO

Oleh

Rochmat Nursalim

Manajemen

rochmat_nursalimzuber@yahoo.com

Abstrak

Pada saat ini industri asuransi mengalami persaingan antar perusahaan yang sangat tajam. Ditandai dengan munculnya perusahaan-perusahaan baru yang semakin memperketat persaingan, konsekuensi dari adanya persaingan yang semakin ketat tersebut memunculkan tiga kemungkinan yaitu mundur dari kegiatan usaha, bertahan dengan kegiatan usaha yang telah ada, atau tetap unggul dan semakin berkembang. Situasi ini menyebabkan perusahaan asuransi dituntut segera melakukan langkah-langkah penyesuaian kebijakan dan antisipasi untuk menghadapi perubahan selanjutnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, produk, harga, tempat, promosi, dan persepsi terhadap keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera 1912 cabang Purworejo. Populasi penelitian ini adalah semua nasabah dari asuransi AJB Bumiputera 1912 cabang Purworejo yang berdomisili di Kabupaten Purworejo, sebanyak 18.000 nasabah. Sampel penelitian ini berjumlah 100 orang. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *Likert* yang masing-masing sudah diuji coba dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Pengujian hipotesis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera 1912 dengan taraf signifikansi p_{value} 0,000 ($< 0,05$) dan berpengaruh sebesar 0,286. Produk berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera 1912 dengan taraf signifikansi p_{value} 0,000 ($< 0,05$) dan berpengaruh sebesar 0,206. Harga berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera 1912 dengan taraf signifikansi p_{value} 0,001 ($< 0,05$) dan berpengaruh sebesar 0,140. Tempat berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera 1912 dengan taraf signifikansi P_{value} 0,000 ($< 0,05$) dan berpengaruh sebesar 0,386. Promosi berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera 1912 dengan taraf signifikansi p_{value} 0,000 ($< 0,05$) dan berpengaruh sebesar 0,206. Persepsi berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera 1912 dengan taraf signifikansi p_{value} 0,000 ($< 0,05$) dan berpengaruh sebesar 0,212.

Kata kunci: kualitas pelayanan, produk, harga, tempat, promosi, persepsi, dan keputusan pemakaian.

A. Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan zaman kebutuhan akan jasa asuransi kini semakin dirasakan, baik oleh perorangan maupun dunia usaha di Indonesia. Asuransi merupakan sarana finansial dalam tata kehidupan rumah tangga, baik dalam menghadapi risiko kematian, atau menghadapi atas harta benda yang dimiliki. Demikian pula dalam usaha menjalankan kegiatannya menghadapi berbagai risiko yang mungkin dapat mengganggu kesinambungan usahanya. Walaupun banyak metode untuk menangani risiko, namun asuransi merupakan metode yang paling banyak dipakai. Asuransi menjanjikan perlindungan kepada pihak tertanggung terhadap risiko yang dihadapi. (Darmawi,2004:1).

AJB Bumiputera 1912 kantor cabang Purworejo, sebagai lembaga atau institusi yang merupakan pelaku ekonomi yang bergerak dalam jasa perasuransian juga tidak lepas dari persaingan. Sebagai salah satu perusahaan asuransi di Indonesia yang telah dipercaya oleh masyarakat khususnya Purworejo sebagai perusahaan asuransi yang mampu memberikan jaminan dalam asuransi jiwa. Walaupun dalam perjalanannya banyak mendapatkan persaingan dari beberapa perusahaan asuransi lain yang tergolong baru, AJB Bumiputera cabang Purworejo tidak sedikitpun akan menyerah dengan mengalah pada pesaingnya. Untuk itu AJB Bumiputera cabang Purworejo terus meningkatkan pelayanan agar para konsumen memutuskan memakai jasa asuransi AJB Bumiputera cabang purworejo. Keputusan pemakaian jasa asuransi didasarkan pada keinginan konsumen untuk mendapatkan perlindungan atas apa yang telah diasuransikan.

Dalam proses pengambilan keputusan untuk menggunakan produk berupa barang atau jasa konsumen akan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Adapun faktor-faktor tersebut umumnya meliputi kualitas pelayanan, produk, harga, tempat, promosi, persepsi.

Industri asuransi dewasa ini mengalami persaingan yang sangat tajam, yang ditandai dengan munculnya perusahaan-perusahaan asuransi baru yang semakin memperketat persaingan. Konsekwensi dari persaingan yang semakin ketat tersebut, memunculkan tiga kemungkinan yang dihadapi suatu perusahaan yaitu mundur dari kegiatan usahanya, bertahan dengan kegiatan usaha yang telah dilakukan, atau tetap unggul dan semakin berkembang. Situasi ini menyebabkan pihak perusahaan asuransi dituntut untuk segera melakukan langkah-langkah penyesuaian kebijakan dan antisipasi untuk menghadapi perubahan selanjutnya.

Berdasarkan ulasan tersebut maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: apakah kualitas pelayanan, produk, harga, tempat, promosi, dan persepsi berpengaruh positif pada keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera Kantor Cabang Purworejo. Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh kualitas pelayanan, produk, harga,

tempat, promosi, persepsi terhadap keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumi Putera Kantor Cabang Purworejo.

B. Kajian Teori, Penelitian Terdahulu dan Hipotesis

Keputusan Pemakaian

Menurut Assauri dalam Siburian (2011:6) keputusan pemakaian jasa atau lebih dikenal sebagai keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.

Kualitas Pelayanan

Menurut Siburian (2011:3) kualitas pelayanan sebagai penyampaian jasa yang unggul sesuai harapan pengguna jasa, meliputi proses produksi jasa.

Produk

Pengertian produk menurut Kotler (2002:3) memiliki pengertian yang luas yaitu segala sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.

Harga

Menurut Engel yang dikutip Purnama (2011:34) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Tempat

Menurut Hurriati dalam Adiwibowo (2012:24), tempat atau lokasi diartikan sebagai saluran distribusi (*zero channel, two channel, dan multilevel channels*), sedangkan untuk produk industri jasa, lokasi diartikan sebagai tempat pelayanan jasa

Promosi

Menurut Swastha dan Irawan (2002) promosi adalah arus informasi atau persuasi suatu arah dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan untuk menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Persepsi

Menurut Kusmintarti (2008:25) persepsi adalah proses seseorang menyeleksi, mengatur dan mengintegrasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti.

Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Siburian (2011) diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan, produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan

penggunaan jasa asuransi. Penelitian yang dilakukan oleh Purnama (2011) menunjukkan bahwa produk, harga, dan lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dimana produk memiliki pengaruh terbesar dibandingkan variabel lain dalam penelitian ini. Serta penelitian yang dilakukan oleh Kusmintarti (2008). memperoleh hasil bahwa faktor bauran pemasaran, faktor individu konsumen dan lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap putusan pemakaian jasa warnet.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, produk, harga, tempat, promosi, persepsi, pada keputusan pemakaian maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif pada keputusan penggunaan jasa AJB Bumiputera 1912.

H2 : Produk berpengaruh positif pada keputusan penggunaan jasa AJB Bumiputera 1912.

H3 : Harga berpengaruh positif pada keputusan penggunaan jasa AJB Bumiputera 1912.

H4 : Tempat berpengaruh positif pada keputusan penggunaan jasa AJB Bumiputera 1912.

H5 : Promosi berpengaruh positif pada keputusan penggunaan jasa AJB Bumiputera 1912.

H6 : Persepsi berpengaruh positif pada keputusan penggunaan jasa AJB Bumiputera 1912.

C. Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pemegang polis Asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Purworejo, dengan jumlah populasi 18.000 nasabah, dengan sampel sebanyak 100 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert yang sudah diuji coba dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Indikator variabel kualitas pelayanan menurut Siburian (2011) adalah : 1) Kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat; 2) Kemampuan pegawai dalam membantu dan memberikan informasi yang jelas secara cepat; 3) Kemampuan pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan; 4) Kemampuan pegawai dalam memberikan perhatian yang tulus dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

Indikator variabel produk menurut Hurriyati (2005) adalah : 1) Produk yang ditawarkan perusahaan asuransi dapat memenuhi kebutuhan pelanggan; 2) Produk yang ditawarkan perusahaan beragam; 3) Produk yang ditawarkan perusahaan sangat bermanfaat.

Indikator variabel harga menurut Siburian (2011) adalah : 1) Tarif premi dapat dijangkau nasabah; 2) Tarif premi sesuai dengan benefit yang ditawarkan; 3) Tarif premi sesuai dengan pelayanan yang diberikan.

Indikator variabel tempat menurut Adiwibowo (2012) adalah : 1) Lokasi kantor asuransi mudah dijangkau; 2) Lokasi kantor asuransi dekat dengan keramaian kota; 3) Tersedianya area parkir yang memadai.

Indikator variabel promosi menurut Dhammesta dan Irawan (2005) adalah : 1) Program promosi cukup menarik; 2) Adanya hadiah yang menarik; 3) Promosi yang disampaikan cukup jelas; 4) Melakukan promosi dengan media cetak.

Indikator variabel persepsi menurut Adiwibowo (2012) adalah : 1) Nasabah merasa fasilitas AJB Bumiputera baik; 2) Nasabah merasa terlindungi atas asuransi AJB Bumiputera; 3) Nasabah merasa AJB Bumiputera lebih terkenal dan unggul dibandingkan asuransi jiwa yang lain.

Indikator variabel keputusan pemakaian menurut Adiwibowo (2012) adalah : 1) Konsumen sadar akan kebutuhan asuransi jiwa; 2) Konsumen mencari informasi dari lingkungannya dalam menggunakan asuransi jiwa; 3) Konsumen mengevaluasi informasi tentang asuransi jiwa; 4) Konsumen menentukan pilihan tentang produk asuransi jiwa; 5) Konsumen lebih yakin menggunakan asuransi jiwa.

Uji Instrumen

Uji validitas ini dilakukan dengan rumus Korelasi *Pearson (Product Moment)*. Jika korelasi faktor positif besarnya $\geq 0,3$, dapat dianggap sebagai konstruk kuat atau instrumen mempunyai validitas yang baik. Begitu pula sebaliknya, jika korelasi faktor negatif besarnya $< 0,3$ dapat dianggap sebagai konstruk lemah atau instrumen mempunyai validitas yang tidak baik (Sugiyono, 2006).

Uji reliabilitas menunjukkan tingkat kemantapan atau konsistensi suatu alat ukur (kuesioner). Suatu alat ukur dapat disebut reliabel jika mempunyai nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$ dan sebaliknya jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,6$ maka instrumen tidak reliabel (Arikunto, 2002:170).

Hasil uji validitas, menunjukkan nilai *r* hitung per item pertanyaan bernilai positif dan $> 0,3$, sedangkan hasil uji reliabilitas, diperoleh hasil bahwa semua variabel menghasilkan nilai *Alpha* $> 0,6$ dan *Cronbach Alpha if Item Deleted* $> 0,6$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner terbukti valid dan reliabel.

Teknik Analisis Data

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan,

produk, harga, tempat, promosi, dan persepsi terhadap variabel terikat yaitu keputusan pemakaian.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 1
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	<i>Standardized Coeficients Beta</i>	<i>p value</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,286	0,000	Positif dan signifikan
Produk	0,206	0,000	Positif dan signifikan
Harga	0,140	0,001	Positif dan signifikan
Tempat	0,386	0,000	Positif dan signifikan
Promosi	0,206	0,000	Positif dan signifikan
Persepsi	0,212	0,000	Positif dan signifikan

Sumber: Data Primer Diolah, 2013

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh sebesar 0,286 pada keputusan pemakaian, dengan tingkat signifikansi 0,000. Maka kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera 1912. Dengan demikian, hipotesis 1 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif pada keputusan penggunaan jasa AJB Bumiputera 1912 terdukung.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan produk mempunyai pengaruh sebesar 0,206 pada keputusan pemakaian, dengan tingkat signifikansi 0,000. Maka variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera 1912. Dengan demikian, hipotesis 2 yang menyatakan bahwa produk berpengaruh positif pada keputusan penggunaan jasa AJB Bumiputera 1912 terdukung.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan harga mempunyai pengaruh sebesar 0,140 pada keputusan pemakaian, dengan tingkat signifikansi 0,001. Maka variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera 1912. Dengan demikian, hipotesis 3 yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif pada keputusan penggunaan jasa AJB Bumiputera 1912 terdukung.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan tempat mempunyai pengaruh sebesar 0,386 pada keputusan pemakaian, dengan tingkat signifikansi 0,000. Maka variabel

tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera 1912. Dengan demikian, hipotesis 4 yang menyatakan bahwa tempat berpengaruh positif pada keputusan penggunaan jasa AJB Bumiputera 1912 terdukung.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan promosi mempunyai pengaruh sebesar 0,206 pada keputusan pemakaian, dengan tingkat signifikansi 0,000. Maka variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera 1912. Dengan demikian, hipotesis 5 yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif pada keputusan penggunaan jasa AJB Bumiputera 1912 terdukung.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan persepsi mempunyai pengaruh sebesar 0,212 pada keputusan pemakaian, dengan tingkat signifikansi 0,000. Maka variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera 1912. Dengan demikian, hipotesis 6 yang menyatakan bahwa persepsi berpengaruh positif pada keputusan penggunaan jasa AJB Bumiputera 1912 terdukung.

E. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan, produk, harga, tempat, promosi, dan persepsi berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan penggunaan jasa asuransi AJB Bumiputera kantor cabang Purworejo.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, produk, harga, tempat, promosi dan persepsi berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera kantor cabang purworejo, oleh karena itu semua variabel tersebut perlu diperhatikan perusahaan, dimana semakin baiknya kualitas pelayanan, produk, harga, tempat, promosi, dan persepsi yang baik dari konsumen, maka keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera kantor cabang Purworejo akan semakin meningkat.

Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel tempat yang terdiri dari lokasi kantor asuransi mudah dijangkau, lokasi kantor asuransi dekat dengan keramaian kota, serta tersedianya tempat parkir yang memadai memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera kantor cabang Purworejo, sehingga perusahaan harus mempertahankan lokasi kantor yang sudah ada untuk meningkatkan keputusan pemakain jasa asuransi AJB Bumiputera kantor cabang Purworejo. Sedangkan variabel harga yang terdiri dari tarif premi yang sesuai dengan pendapatan, tarif premi sesuai dengan benefit yang ditawarkan, dan tarif premi sesuai dengan pelayanan yang diberikan memiliki pengaruh paling sedikit terhadap keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera kantor cabang Purworejo, sehingga perusahaan harus pandai menentukan harga

yang sesuai sehingga dapat mendorong calon nasabah untuk menggunakan jasa asuransi AJB Bumiputera kantor Cabang Purworejo.

F. DAFTAR PUSTAKA

Adiwibowo, Eko Cahyo. (2012). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemakaian Jasa Warnet Di Purworejo*. Purworejo: Universitas Muhammadiyah Purworejo.

Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Darmawi, Hermawan. (2004). *Manajemen Jasa*. Jakarta : Gramedia.

Dharmmesta, B.S. dan Irawan (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Liberty.

Hurriyati, Ratih. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

Kotler, Philip. (2002). *Manajimen Pemasaran*. Edisi Millenium 2. Jakarta: Prenhalindo.

Kusmintarti, Anik. (2008). *Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Putusan Untuk Pemakaian Jasa Warnet Di Kota Malang*. Jurnal Akuntansi. Malang: Politeknik Negeri Malang.

Purnama, Pradana J. (2011). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.

Siburian, Trimaduma P. (2011). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Semarang: universitas Diponegoro.

Sugiyono. (2006). *Statistika untuk Penelitian* (Cetakan Kesembilan ed.). Bandung: CV. Alfabeta.

Swastha, B. dan Irawan. (2002). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.