

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH ASURANSI SYARIAH TAKAFUL DALAM PROGRAM ASURANSI PENDIDIKAN ANAK

Indry Yani Rahayu¹, Erma Mega Cahyaningsih², M.Syakroni³, Kustin
Hartini⁴

^{1,2,3 &4}Institut Agama Islam Negeri Bengkulu

Indriyani070445@gmail.com¹, Ernamegacahaya19@gmail.com²,
muhammadsyakroni57@gmail.com³, kustinhartini@gmail.com⁴

ABSTRACT

The problem or purpose of this research is to find out and analyze factors that influence community interest in the Hibrida 8 Kelurahan Sidomulyo, Kecamatan Gading Cempaka, Kota Bengkulu to become a customer in insurance Tafakul syariah Bengkulu city. This research is a type of field research with expos facto quantitative approach. Sources of data used in this study are primary data by collecting data using survey and questionnaires. Sampel on this study consisted of 60 families The analytical technique used to test the validity of the data is the pearson correlation, while the reliability test uses the cronbach alpha method and using factor analysis with the bartlett test of sphericity method. From result the research shows that from 6 variables identified as public interest variables to sharia insurance, especially insurance for children's education in Bengkulu. From 6 variables studied (x1) product, (x2) promotion, (x3) economic, (x4) personal, (x5) social, (x6) psychology.

Keywords : Influencing Factors, Customers, Children's Education Insurance Program

PENDAHULUAN

Asuransi merupakan sarana finansial dalam tata kehidupan rumah tangga baik dalam menghadapi resiko kematian, atau menghadapi kehilangan atas benda yang dimiliki. Asuransi menjanjikan perlindungan kepada pihak tertanggung terhadap resiko yang dihadapi. Asuransi sebagai perusahaan syariah secara umum sebenarnya tidak jauh berbeda dengan asuransi konvensional. Dan persamaan keduanya adalah perusahaan hanya sebagai fasilitator hubungan struktural antara peserta penyetor premi (penanggung) dengan peserta penerima (tertanggung). Sedangkan pengertian Asuransi pendidikan secara umum adalah jenis asuransi yang memberikan proteksi terhadap kebutuhan biaya pendidikan anak. Dengan kata lain, jika telah terdaftar pada asuransi jenis ini maka orang tua telah menjamin berbagai biaya pendidikan anak yang harus dikeluarkan nantinya. Keuntungan dari memiliki asuransi pendidikan anak adalah menjadi solusi saat orang tua menderita kesulitan finansial.

Menurut fatwa No. 21/DSN-MUI/X/2001 tentang pedoman umum asuransi syariah: pengertian asuransi syariah (ta'mim, takaful, tadhamun) adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong di antara sejumlah orang/pihak melalui

investasi dalam bentuk asset dan atautabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad yang sesuai dengan syariah. Takaful dalam pengertian fiqh muamalah adalah jaminan sosial diantara sesama muslim, sehingga antara satu dengan yang lainnya bersedia saling menanggung resiko. Kesediaan "menanggung" resiko pada hakikatnya merupakan wujud tolong menolong atas dasar kebaikan (*tabarru'*) untuk meringankan beban penderitaan saudaranya yang tertimpa musibah.

Asuransi pendidikan ini juga menjamin ketika orang tua mengalami kesulitan keuangan tetapi asuransi pendidikan juga menjamin ketika orang tua meninggal atau lumpuh sehingga menyebabkan orang tua tidak bisa mencari nafkah. Rasa khawatir akan pendidikan yang semakin mahal, membuat keluarga membutuhkan jaminan akan hal tersebut di masa yang akan datang. Orang tua sebagai seorang konsumen membutuhkan suatu produk yang dapat memberikan rasa aman dan menjamin keberlangsungan pendidikan bagi anak-anaknya. Asuransi pendidikan bisa menjadi alternatif bagi orang tua yang ingin menjamin masa depan anak-anaknya. Asuransi pendidikan merupakan bagian dari asuransi jiwa yang mempertanggungkan jaminan pendidikan terhadap nasabah yang dipertanggungkan. Oleh karena itu, asuransi pendidikan merupakan salah satu solusi yang tepat dalam menangani *financial* dalam pendidikan. Produk syariah terutama asuransi syariah mempunyai daya tarik tersendiri, dikarenakan akad-akad yang ditawarkan dalam produk syariah sesuai dengan hukum Islam. Asuransi syariah menjadi salah satu solusi untuk mendapatkan jaminan di berbagai produk asuransi misalnya salah satunya asuransi pendidikan. Kemudian dalam asuransi syariah harus bebas dari gharar, maisir dan riba. Namun masyarakat Indonesia masih banyak yang awam tentang asuransi, bahkan ada sebagian masyarakat yang menganggap asuransi sama dengan perjudian, baik itu asuransi syariah maupun asuransi konvensional.

TINJAUAN PUSTAKA

Analisis Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat

Analisis faktor adalah jenis analisis yang digunakan untuk mengenali dimensi-dimensi pokok atau keteraturan dari sebuah fenomena. tujuan umum dari analisis faktor adalah untuk meringkas kandungan informasi variabel dalam jumlah yang besar menjadi sejumlah faktor yang lebih kecil. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhinya adalah:

1. Faktor Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang ,fisik, jasa,pengalaman, acara, tempat, properti, informasi dan ide. Prduk merupakan salah satu dari 4 variabel marketing mix yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dari berbagai segmen pasar.

2. Faktor Promosi

Promosi adalah salah satu elemen bauran pemasaran sebuah perusahaan (*MC Daniel et al., 2011*). *Kinnear dan kenneth* (1990), mendefinisikan sebagai sebuah mekanisme komunikasi pemasaran,pertukaran informasi antara membeli dan punjual. Promosi berperan menginformasikan (to infom), me

mbujuk (to persuade), dan mengingatkan (to remind) konsumen agar menanggapi produk atau jasa yang ditawarkan.

3. Faktor Ekonomi

Ekonomi adalah aktifitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi barang atau jasa. Ekonomi secara umum adalah aturan rumah tangga atau manajemen rumah tangga. ekonomi juga dikatakan sebagai ilmu yang menerangkan cara-cara menghasilkan, menghindarkan, membagi serta memakai barang dan jasa dalam masyarakat sehingga kebutuhan materi masyarakat dapat terpenuhi sebaik baiknya.

4. Faktor Pribadi

Faktor pribadi adalah semua faktor dari dalam diri konsumen. Faktor pribadi meliputi usia, pekerjaan, gaya hidup dan keadaan ekonomi.

5. Faktor Sosial

Menurut kotler, perilaku seseorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga dan peran status.

6. Faktor Psikologi

Faktor psikologi adalah semua faktor yang berhubungan dengan kepribadian. Dalam melakukan pemilihan ketika seseorang membeli suatu produk atau jasa dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologi yang meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap.

METODE PENELITIAN

Jenis Pendekatan dan Penelitian

Jenis penelitian ini kuantitatif menggunakan pendekatan *ex post facto*, yang bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah Asuransi Syariah Takaful dalam program asuransi pendidikan anak pada masyarakat Komplek Perumahan Hibrida 8 Kota Bengkulu, dan peran asuransi syariah terhadap pendidikan anak.

Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu dan Tempat penelitian

Penelitian dilakukan mulai dari tanggal 20 Mei 2021 sampai dengan tanggal 20 Juni 2021. Tempat penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data- data yang diperlukan. Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di Komplek Perumahan Hibrida 8.

Populasi Dan Sampel

Populasi

Populasi menurut Santoso dan Tjiptono didalam M. Hariwijaya, menjelaskan bahwa populasi merupakan sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dan yang membentuk masalah pokok dalam suatu riset khusus. Populasi adalah sebuah kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, berbeda-beda dan ukuran lain dari objek yang menjadi perhatian yang mempunyai ciri atau karakteristik yang sama. Populasi dalam penelitian ini berfokus pada Masyarakat komplek Hibrida 8 Berjenis kelamin Laki-laki dan perempuan sebanyak 60 KK.

Sampel

Sampel yaitu bagian dari populasi yang dijadikan sebagai bahan penelaahan dengan harapan sampel yang diambil dari populasi tersebut dapat mewakili (*representative*) terhadap populasinya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan jenis teknik *sampling jenuh* yaitu teknik penentuan sample bila semua anggota populasi digunakan sebagai sample. dalam penelitian ini sample yang kami gunakan adalah sebanyak 60 kk.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti, maka setiap instrumen harus memiliki skala pengukuran untuk menghasilkan data kuantitatif yang akurat.

1. Kuesioner (angket)

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Hal ini dimaksudkan dalam rangka memperoleh data tentang faktor keputusan nasabah, yakni dengan menyebarkan angket kepada responden untuk menjawab pertanyaan tersebut. Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.

Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas digunakan sebelum kuesioner disebarkan kepada subjek penelitian untuk mengukur tingkat keakuratan penelitian, adapun metode yang digunakan adalah *pearson correlation*, maka dapat dikatakan signifikan jika nilai signifikan $<0,05$.
2. Uji Reliabilitas Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau benar jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner menggunakan rumus *alfacronbach*, dimana dikatakan reliabel jika *alfa cronbach* $>0,50$.
3. Analisis faktor
Analisis faktor bertujuan untuk menjejaskan hubungan di antara banyak variabel dalam bentuk faktor/variabel, bahkan antar responden. Analisis faktor yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat bergabung menjadi nasabah asuransi syariah dalam program asuransi pendidikan anak di kota Bengkulu menggunakan program SPSS dilakukan dengan teknik analisis *bartleet's test of sphericity*. Untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat bergabung menjadi nasabah asuransi syariah khususnya asuransi pendidikan anak di kota Bengkulu dengan alat statistik analisis *Interdeteedence Nultivariate*. Adapun tahapan analisis faktor dilakukan dengan aplikasi SPSS dengan tahap-tahap :
 - a. Menganalisis variabel minat masyarakat terhadap asuransi syariah khususnya asuransi pendidikan anak.
 - b. Menguji variabel yang telah di analisis agar di anggap layak sebagai variabel faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap asuransi syariah

khususnya pendidikan anak. Kriteria selanjutnya variabel yang di anggap layak untuk dimasukkan kedalam analisis selanjutnya berdasarkan metode *bartleets test of sphericity* adalah KMO and bartleets test. Jika nilai bartleets test $> 0,5$ maka variabel yang ada dapat dianalisis lebih lanjut, namun jika nilai KMO *bartleets test* $< 0,5$ maka variabel tidak dapat dianalisis lebih lanjut. Nilai bartleets test $> 0,5$ maka variabel yag ada dapat dianalisis lebih lanjut, namun jika nilai KMO *bartleets test* $< 0,5$, maka variabel tidak dapat di analisis lebih lanjut.

- c. Melakukan proses factoring atau ekstraksi terhadap variabel-variabel yang di analisis sehingga terbentuk satu atau lebih faktor-faktor yang dapat mewakili variabel yang ada, Proses factoring dapat dilakukan dengan menggunakan metode *principal component method analysis*. Sebuah faktor di anggap mewakili variabel yang ada jika nilai *factor loading* nya (perbandingan nilai korelai masing-masing variabel dengan faktor yang terbentuk) $> 0,5$. Jika dari proses factoring menghasilkan lebih dari satu faktor maka perlu dilakukan proses rotasi, karena rotasi akan memperjelas variabel mana yang masuk faktor mana. Namun jika dari proses *factoring* menghasilkan satu faktor maka tidak perlu dilakukan rotasi.
- d. Proses rotasi dilakukan dengan menggunakan metode *principal componen methodh analysis* model *varimak*. Untuk mengetahui kecocokan variabel dilihat dari nilai *factor loading* terbesar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk menguji kevalidan kuisisioner. Teknik yang digunakan untuk menguji validitas data pada penelitian ini adalah *pearson corelation*, maka dapat dikatakan valid jika nilai signifika $< 0,05$. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Faktor Produk
Correlations

		x1.1	total_1
x1.1	Pearson Correlation	1	1.000**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
total_1	Pearson Correlation	1.000**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

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

Sumber : data yang diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas menunjukkan semua item pertanyaan variabel faktor produk menghasilkan nilai sig sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dinyatakan valid.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Faktor Promosi
Correlations

		x2.1	x2.2	total_2
x2.1	Pearson Correlation	1	.371**	.888**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000
	N	60	60	60
x2.2	Pearson Correlation	.371**	1	.757**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000
	N	60	60	60
total_2	Pearson Correlation	.888**	.757**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	60	60	60

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

Sumber: data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas menunjukkan semua item pertanyaan variabel faktor promosi menghasilkan nilai sig sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dinyatakan valid.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Faktor Ekonomi
Correlations

		x3.1	total_3
x3.1	Pearson Correlation	1	1.000**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
total_3	Pearson Correlation	1.000**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

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

Sumber : data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas menunjukkan semua item pertanyaan variabel faktor ekonomi menghasilkan nilai sig sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dinyatakan valid.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Faktor Pribadi
Correlations

		x4.1	x4.2	total_4
x4.1	Pearson Correlation	1	.520**	.836**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	60	60	60
x4.2	Pearson Correlation	.520**	1	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	60	60	60
total_4	Pearson Correlation	.836**	.904**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	60	60	60

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

Sumber : data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas menunjukkan semua item pertanyaan variabel faktor pribadi menghasilkan nilai sig sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dinyatakan valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Faktor Sosial
Correlations

		x5.1	total_5
x5.1	Pearson Correlation	1	1.000**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
total_5	Pearson Correlation	1.000**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

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

Sumber : data yang diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas menunjukkan semua item pertanyaan variabel faktor sosial menghasilkan nilai sig sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dinyatakan valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Faktor Psikologi
Correlations

		x6.1	x6.2	total_6
x6.1	Pearson Correlation	1	.108	.604**
	Sig. (2-tailed)		.411	.000
	N	60	60	60
x6.2	Pearson Correlation	.108	1	.858**
	Sig. (2-tailed)	.411		.000
	N	60	60	60
total_6	Pearson Correlation	.604**	.858**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	60	60	60

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

Sumber : data yang diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas menunjukkan semua item pertanyaan variabel faktor psikologi menghasilkan nilai sig sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dinyatakan valid.

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan atau pernyataan yang di ajukan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk reliabilitas kuisioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus *alpha cronbach*, dimana dikatakan reliabel jika *alpha cronbach* >0.05. berikut ini uji *alpha cronbach* pada penelitian ini :

Tabel 4.7

	<i>Cronbach's alpha</i>	Nilai Kritik	Keterangan
Faktor Produk (x1)	0,652	0,500	Reliabel
Faktor Promosi (x2.1)	0,625	0,500	Reliabel
X2.2	0,635	0,500	Reliabel
Faktor ekonomi (x3)	0,600	0,500	Reliabel
Faktor pribadi (x4.1)	0.602	0,500	Reliabel
X4.2	0,523	0,500	Reliabel
Faktor sosial (x5)	0,590	0,500	Reliabel
Faktor psikologi (x6.1)	0,650	0,500	Reliabel
X6.2	0,533	0,500	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,500 maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan reliabel.

3. Analisis faktor

- Menentukan variabel yang dianalisis dalam penelitian ini adalah 9 variabel. Yang telah lulus pada tahap uji validitas dan reliabilitas
- Menguji variabel penelitian secara bersamaan dan individu agar dianggap layak sebagai variabel yang mempengaruhi minat masyarakat. Hasil pengujian menggunakan metode KMO and bartlett test of sphericity sebagai berikut :

Tabel 4.8
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.697
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square Sphericity	35.377
Df	6
Sig.	.000

sumber : data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan angka KMO and bartlett's test adalah 0,605 lebih besar dari 0,6 dan signifikansi adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh sebab itu, maka variabel dapat di analisis lebih lanjut. Hasil pengujian kelayakan variabel secara individu dapat dilihat pada tabel 4.17 dibawah ini

Tabel 4.9
Anti-image Matrices

		x3	x4	x5	x6
Anti-image Covariance	x3	.800	-.257	-.019	-.108
	x4	-.257	.717	-.134	-.170
	x5	-.019	-.134	.795	-.246
	x6	-.108	-.170	-.246	.738
Anti-image Correlation	x3	.696 ^a	-.339	-.024	-.140
	x4	-.339	.689 ^a	-.177	-.233
	x5	-.024	-.177	.704 ^a	-.322
	x6	-.140	-.233	-.322	.701 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber : data primer yang diolah (2021)

Dari tabel 4.9 dapat dilihat Angka MSA (*measure of sampling adequacy*) pada tabel anti image covariance yang ditandai dengan huruf a. Nilainya adalah faktor ekonomi : 0,696. Faktor pribadi 0,689. Faktor sosial: 0,704. Faktor psikologi: 0,701. Berdasarkan hasil MSA diatas, maka seluruh variabel yang telah di uji dapat dianalisis lebih lanjut karena masing-masing nilainya >0,5.

c. Melakukan factoring atau ekstraksi terhadap 4 variabel penelitian

Proses factoring ke 4 variabel bertujuan untuk mengekstraksi terhadap 4 variabel sehingga terbentuk satu atau beberapa faktor. Proses ekstraksi ini metode yang digunakan adalah *principal component analisis*. Hasil factoring ke4 variabel penelitian menampilkan komunitas (comunalities), total varian(total varian explained) dan matrix komponen (componen matrix).menurut Sigih Santoso, nilai komunikasi adalah jumlah varian (dapat dipresentasi), suatu variabel mula-mula yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada. Berdasarkan tabel comunalities, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel-variabel yang ada dapat dijelaskan dalam faktor yang terbentuk, semakin besar nilai comunalities maka semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk. Berikut nilai comunalities dapat dihasilkan pada tabel 4.10 dibawah ini.

Tabel 4.10
Communalities

	Initial	Extraction
x3	1.000	.435
x4	1.000	.589
x5	1.000	.451
x6	1.000	.563

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : data primer yang diolah (2021)

Pada tabel 4.10 di atas dapat dilihat bahwa variabel ekonomi (x3) adalah 0,435 hal ini menunjukkan 43,5% varian dari variabel ekonomi bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.variabel pribadi (x4) adalah 0,589 hal ini menunjukkan 58,9% varian dari variabel pribadi bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.variabel sosial (X5) adalah 0,451 hal ini menunjukkan 45,1% varian dari variabel sosial bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variabel psikologi (X6) adalah 0,563 hal ini menunjukkan 56,3% varian dari variabel psikologi dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.

Tabel 4.11
Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.039	50.965	50.965	2.039	50.965	50.965
2	.845	21.120	72.084			
3	.569	14.229	86.314			
4	.547	13.686	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : data primer yang diolah (2021)

Pada tabel 4.11 diatas dapat dilihat bahwa 4 variabel (komponen) yang dimasukkan kedalam analisis faktor yaitu : faktor ekonomi, faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor psikologi. Pada tabel diatas terlihat bahwa hanya 1 yang terbentuk , karna dengan faktor eigenvalues diatas 2.

Tabel 4.12
Component Matrix^a

	Component
	1
x3	.660
x4	.768
x5	.672
x6	.750

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

sumber: data primer yang diolah (2021)

Setelah diketahui bahwa 1 faktor adalah jumlah yang paling optimal. Maka tabel componen matrix menunjukkan distribusi ke 4 variabel tersebut ke 1 faktor yang terbentuk. Sedangkan angka- angka yang ada pada tabel componen matrix tersebut adalah faktor loading. Yang menunjukkan besarnya korelasi suatu variabel mana yang akan masuk kefaktor mana, dilakukan dengan perbandingan besar korelasi pada setiap baris.

- korelasi antara X3 dengan faktor 1 adalah 0,660 (aman karna diatas 0,5)
- korrelasi antara X4 dengan faktor 1 adalah 0,768 (aman karna diatas 0,5)
- korelasi antara X5 dengan faktor 1 adalah 0,672 (aman karna diatas 0,5)
- korelasi anatar X6 dengan faktor 1 adalah 0,750 (aman karna diatas 0,5)

Menurut Sigih Santoro, componen matrix menunjukkan distribusi variabel yang ada dengan faktor yang terbentuk. Sedangkan angka-angka pada tabel pada componen matrix adalah faktor loading yang menunjukkan besar korelasi antara suatu variabel dengan faktor yang ada.

PEMBAHASAN

Dari hasil uji analisis faktor dengan spss, dari keenam faktor yang dianalisis terdapat 2 faktor yang dinyatakan tidak valid dan 4 faktor yang dinyatakan valid. Yang dinyatakan tidak valid ialah faktor :

- Faktor produk** (0,394) dapat dilihat pada tabel anti image corvariance yang ditandai dengan huruf a bahwa faktor produk yang telah diuji tidak dapat dilanjutkan karena nilainya lebih kecil dari 0,5.
- Faktor promosi** (0,470) dapat dilihat pada tabel anti image corvariance yang ditandai dengan huruf a bahwa faktor promosi yang telah diuji tidak dilanjutkan karena nilainya lebih kecil dari 0,5.

Yang dinyatakan valid ialah Faktor :

1. **Faktor ekonomi** (50,965%) dinyatakan valid karna lebih besar dari 0,5.faktor ekonomi ini sangat berpengaruh dikarenakan penghasilan masyarakat sangat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk bergabung diasuransi tersebut.
2. **Faktor pribadi** (21,120%) dinyatakan valid karena lebih besar dari 0,5.faktor pribadi ini sangat berpengaruh karena besarnya minat dari dalam diri seseorang untuk mengambil keputusan tersebut, Usia masyarakat mendukung pengambilan keputusan. Jika usia masyarakat masih dibawah 50th biasanya lebih memilih asuransi syariah untuk tabungan masa depan anaknya .
3. **Faktor sosial** (14,229%) dinyatakan valid karena lebih besar dari 0,5.faktor sosial ini sangat berpengaruh dikarenakan dukungan yang kuat dari keluarga terutamasu suami/istri dan lingkungan sekitar.
4. **Faktor psikologi** (13,686%) dinyatakan valid karena lebih besar dari 0,5.faktor psikologi ini sangat berpengaruh dikarenakan Faktor psikologi memiliki unsur yang memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap setiap individu dalam proses masyarakat membuat keputusan. Serta referensi dari teman atau keluarga juga menjadi bahan pertimbangan masyarakat dalam mengambil keputusan untuk bergabung diasuransi tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil analisis penelitian diatas menjelaskan penentu dari faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat bergabung diasuransi syariah. Hasil penelitian menunjukkan terbentuknya satu faktor baru yaitu faktor ekonomi merupakan faktor yang paling dominan dengan nilai varian sebesar 50,965%. Dimana ekonomi menjadi salah satu faktor yang paling berpengaruh di masyarakat khususnya di indonesia .karna pendapatan yang kurang mencukupi yang menjadi salah satu alasan untuk seseorang tidak bisa mengambil keputusan karna pendapatan yang terbatas.

Saran

Bedasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian diatas maka saran dari peneliti bagi masyarakat adalah untuk lebih memperhatikan masa depan pendidikan anak dengan bergabung di Asuransi syariah agar lebih mempermudah untuk merancang biaya pendidikan anak dimasa yang akan datang.bagi peneliti lainnya, penelitian berikutnya diharapkan memasukan variabel lain yang belum dimasukan dalam penelitian ini.hal ini karena terdapat variabel lain yang mungkin juga mempengaruhi minat masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Nasution, Yenni Samri Juliati „Jurnal“*Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dana Pendidikan Pada Pt Asuransi Takaful Keluarga di Kota Medan*” UIN SU Medan, Vol.IV, NO.2, 2019
- Nasutions, Sukri, Jurnal Ritrasologi,“*Pelaksanaan Asuransi Pendidikan Dalam Hukum Ekonomi Syariah*”, Volume 3, NO. 3 Januari - Juni 2020

- Saryanti, Endang, Jurnal, *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi, Persepsi dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Pendidikan”*, Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan, Vol 6, No.2, 2019
- Agustin, Reni, *“Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Inspektor Untuk Bertransaksi di galeri Investasi Syariah (GIS) IAIN Bengkulu”* Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2019
- Purwaningsih, Dian, *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Nonmuslim Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Wilayah Tangerang Selatan)”*, Jakarta: UIN Syariah Jakarta, 2015
- Bella Wahyuni, Wike, *“Analisis Faktor-Faktor Prilaku Konsumen Dalam Memilih Kosmetik Produk Bred Lokal (Studi Merek Eminna dan Pixy)”*, Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2020
- Fernando, Jovi, *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Terhadap Pembiayaan Amitra Syariah di federal Internasional Finance (FIF) Kota Bengkulu”*, Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2020
- Leliya, Maya Kurniasari, Jurnal *“Minat Masyarakat Berasuransi Syariah di Asuransi Prudential”*.
- Sabik Khumaini, Muh Turizal Husein, Jurnal *“Persepsi dan Minat Masyarakat Terhadap Asuransi Syariah di Kabupaten Tangerang”*. Volume IX, No. 2, 2019
- Khoirani, Andri Brawijaya & M. Komaruddin, Jurnal *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Pendidikan Berasuransi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Bogor”* Vol. 6 No. 1 Tahun 2020
- Saryanti, Endang, *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi, Persepsi dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Pendidikan”* Vol 6, No 2, 2019
- Afriandi, M.Khariska, *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di bank Syariah (Studi Masyarakat Komplek Perumahan Prumdama Kel.Kandang Mas Kec.Kampung Melayu Kota Bengkulu)”* Bengkulu : IAIN Bengkulu 2016
- <https://takaful.co.id/profil-perusahaan/>
- Kuncoro, Mudrajad, *“Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi”*, Ceracas, Jakarta : Penerbit Erlangga, 2013
- Ari Setianingrum, Jusuf Hidayah & Efendi, *“Prinsip-Prinsip Pemasaran”* Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015
- Sugiyono, *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Ed. Rev”*, Bandung: Alfabeta, 2017
- Sunarto, Andang, *“Statistik Untuk Ekonomi dan Bisnis Islam”*, Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2017
- Manap, Abdul, *“Penelitian Pendidikan”* th 2015
- Ghozali, *“Aplikasi Analisis Multivariante Dengan Program SPSS”*, Cet 5, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013