

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

3.1.1 Variabel Penelitian

- *Variabel Tergantung*

Dalam penelitian ini yang termasuk variabel tergantung adalah variabel keputusan pembelian yaitu jenis kelamin responden, usia, penghasilan, dan jenis pekerjaan.

- *Variabel Bebas*

Yang termasuk variabel bebas dalam penelitian ini adalah atribut jasa yang memotivasi konsumen dalam pengambilan keputusan yaitu besarnya premi, variasi jasa yang ditawarkan, ketepatan polis, proses klaim.

3.2 Definisi Operasional Variabel

3.2.1 Motif-motif Kognitif

Yaitu motif yang menekankan pada proses informasi.

- *Konsistensi*

Kecendrungan konsumen menerima hubungan yang positif antara harga dan kualitas merupakan hasil dalam motif konsistensi.

- *Atribut*

Dalam hal ini memfokuskan pada orientasi konsumen ke arah kejadian eksternal oleh lingkungan, dimana dorongan untuk merencanakan apa sebab suatu itu terjadi, dengan mengetahui sebab kejadian penting dalam dunia seseorang. Ini merupakan karakteristik dalam motif atribut.

- *Kategorisasi*

Konsumen yang menghadapi lingkungan yang kompleks, dorongannya adalah mempermudah pengalamannya dengan mengkategorikan pengalaman-pengalamannya itu.

- *Objektivitas*

Konsumen yang menghubungkan suatu pendapat terhadap sesuatu pertama kali mereka mengulangi tingkah lakunya atas dasar pengalaman sebelumnya, oleh karena itu, sikap konsumen terhadap sesuatu hal yang baru sangat dipengaruhi tindakan sebelumnya terhadap jenis dan merk baru tersebut.

- *Autonomi*

Hal ini merupakan inti sari dalam pendekatan humanistik yang mengarah kepada apa yang memotivasi seseorang, karakteristik konsumen dalam merealisasikan diri melalui pembentukan yang terintegrasi identitas yang autonom. Teori motivasi ini memberikan tekanan pada perkembangan kebutuhan konsumen.

- *Stimulasi*

Motivasi stimulasi diyakinkan untuk bertanggung jawab pada jumlah motivasi di antara konsumen, konsumen dengan motif stimulasi yang tinggi memungkinkan loyal yang rendah. Hal ini menyebabkan konsumen mencoba merk / produk baru.

3.2.2 Motif Afektif

Yaitu motif yang menekankan pada perasaan seseorang

- *Ketegangan Reduksi*

Konsumen dimotivasi untuk mereduksi atau mengurangi ketegangan yang dihadapinya agar terjadi keseimbangan pada divisinya.

- *Ekspresi Pada Dirinya*

Prilaku konsumen dapat ditunjukan melalui air mukanya, artinya untuk mengetahui apakah konsumen merasa puas setelah pembelian dapat dibaca melalui ekspresinya.

- *Pertahankan Diri (Ego-defence)*

Motif mempertahankan diri merupakan dorongan untuk melindungi self image dirinya. Pada umumnya, konsumen tidak ingin diketahui kekurangan pada dirinya, konsumen akan menunjukkan prilaku mempertahankan diri.

- *Reinforcement*

Kekuatan motivasi reinforcement konsumen akan memperkuat dirinya dalam mencapai suatu tujuan. Reinforcement positive merupakan reward sedangkan yang negative bersifat punishment.

- *Pernyataan (Assertion)*

Merupakan motif konsumen dalam berprestasi, kesuksesan, kekaguman dan kekuatan. Produk dan pelayanan yang diperoleh merupakan symbol kepuasan, keberhasilan dalam motif assertion.

- *Afiliasi*

Motif afiliasi merupakan motif konsumen yang menjadi dasar untuk berhubungan sosial dengan orang lain untuk berkelompok

3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data yang Diperlukan

Terdapat dua sumber data, yaitu:

a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat pertama kalinya oleh penulis. Dalam hal ini data tersebut diperoleh melalui wawancara langsung dengan para responden dan dilengkapi dengan daftar pertanyaan. Untuk memperoleh data primer dalam penelitian ini menggunakan metode survey, yaitu salah satu metode

pengumpulan data primer yang informasinya diperoleh melalui permintaan keterangan kepada responden. Cara yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan mengajukan daftar pertanyaan atau kuisisioner.

b. Data Sekunder

Adalah data yang diperoleh dengan cara melakukan studi kepustakaan yang meliputi penelitian terhadap buku-buku dan bahan-bahan lain yang berhubungan dengan pokok permasalahan dalam pembahasan yang timbul dari hasil penelitian.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

- Metode Wawancara

Metode ini dilakukan secara langsung kepada para nasabah yang menggunakan jasa asuransi kecelakaan diri pada PT. JASA RAHARJA PUTERA cabang Tasikmalaya.

- Metode Kuisisioner

Dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden (nasabah) untuk memperoleh data yang diperlukan.

- Studi Pustaka

Dengan mencari data sehubungan dengan masalah yang diteliti melalui buku-buku, majalah, literatur, dan brosur-brosur yang dikeluarkan oleh PT. JASARAHARJA PUTERA.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang karakteristiknya hendak diduga. Populasi dalam penelitian ini adalah para nasabah suka rela asuransi kecelakaan diri PT. Asuransi Kerugian Jasaraharja Putera Cabang Tasikmalaya, Jawa Barat.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai wakil dari anggota populasi. Sedangkan metode yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah metode *purposive sampling* atau *purposive random sampling*, dimana pemilihan sekelompok subyek didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya, yaitu konsumen sekaligus nasabah pada PT. JASARAHARJA PUTERA Cabang Tasikmalaya. Sedangkan penentuan sampel dengan menggunakan rumus :

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{Z \cdot \frac{1}{2} \alpha}{E} \right]^2$$

Dimana :

n = Besarnya sampel yang diduga

Z = Confidence coefficient. Dalam penelitian ini 95% dalam daftar tabel bernilai 1,96

α = Deviasi standar populasi. Dalam penelitian ini 0,05

E = Besar error yang diterima. Dalam penelitian ini 0,09

Jadi perhitungannya :

$$\begin{aligned} n &= \frac{1}{4} \left[\frac{1,96}{0,09} \right]^2 \\ &= 118,57 = 120 \text{ (pembulatan)} \end{aligned}$$

Dengan demikian jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 120 sampel.

3.5 Pengujian Validitas dan Realibilitas

3.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah indeks yang menunjukkan tingkat kekuatan suatu alat pengukur tersebut benar-benar mengukur suatu yang perlu diukur. Cara mencari validitas adalah dengan menghitung korelasi antara skor item dengan skor total (*Total Score Item*). Formula yang digunakan adalah :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(N\sum X^2)N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

dimana :

r = Korelasi moment tangkar

N = Cacah subjek uji coba

Perhitungan koefisien butir dan koefisien realibilitas dilakukan dengan menggunakan paket program SPS 2000. Perhitungan sah atau tidaknya suatu butir pertanyaan dilakukan dengan cara membandingkan korelasi butir pertanyaan dan korelasi kritis atau korelasi tabel.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan tingkat kekuatan suatu alat pengukuran dapat dipercaya dan diandalkan. Uji reliabilitas ini dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran konsisten bila diujikan dua kali atau lebih dengan gejala yang sama dan alat pengukur yang sama pula. Tingkat kekuatan ditunjukkan oleh indeks korelasi (ideks rpq).

Formulasi yang digunakan adalah :

$$R_{pq} = \frac{(r_{xy})(SB_y) - (SB_x)}{\sqrt{(SB_x^2) + (SB_y^2) - 2(r_{xy})(SB_x)(SB_y)}}$$

dimana :

- r_{pq} = Koefisien korelasi bagian total
- r = Koefisien korelasi momen tangkar
- SB_y = Simpang baku skor faktor
- SB_x = Simpang baku skor butir

Pengujian reliabilitas kuesioner dilakukan dengan membandingkan koefisien reliabilitas (rtt) dengan koefisien realibilitas kritis.

a. Metode Wawancara

ialah tanya jawab peneliti dengan responden.

b. Metode Observasi

Pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisa Deskriptif

Yaitu suatu analisa yang didasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari pendapatan responden serta alasan yang dapat menunjang dalam pengambilan keputusan responden dan membuat daftar deskripsi. Untuk perhitungan digunakan metode presentase.

$$\frac{\text{Jumlah Kriteria Tertentu}}{\text{Jumlah Keseluruhan n}} \times 100\%$$

3.6.2 Analisis Kuantitatif

Yaitu suatu metode analisis data dengan menggunakan rumus dan dalam bentuk angka yang menggunakan alat statistik. Untuk keperluan ini diperlukan serangkaian rumus sebagai berikut :

b. Analisis Kai Kuadrat (Chi-Square)

Analisis ini digunakan sebagai uji proporsi untuk dua peristiwa atau lebih untuk mengetahui perbedaan antara frekuensi hasil observasi (f_o) perhitungan dengan frekuensi yang diharapkan (f_h) dari sampel yang telah diambil. Perbedaan antara f_o dan f_h disebut meyakinkan jika harga kai kuadrat (X^2) sama atau lebih besar dari harga suatu kritik yang ditetapkan pada taraf signifikan tertentu. Sebaliknya perbedaan antara f_o dan f_h dikatakan tidak meyakinkan, jika harga X^2 lebih kecil dibandingkan dengan harga kritiknya. Dengan perkataan lain H_o akan ditolak jika $X^2 \geq X^2$ tabel.

Rumus Kai kuadrat (chi square) :

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

Keterangan :

X^2	=	Harga Kai Kuadrat
f_o	=	Frekuensi hasil observasi
f_h	=	Frekuensi yang diharapkan
\sum	=	Keseluruhan nilai dari f_o dan f_h

dan untuk memperoleh f_h digunakan rumus :

$$f_h = \frac{(\text{jumlah sebaris}) \times (\text{jumlah sekolom})}{\text{jumlah data}}$$

Analisis ini digunakan untuk mengetahui terdapatnya pengaruh motivasi antara karakteristik konsumen terhadap atribut-atribut yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi sehingga mempengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah pada perusahaan asuransi. Adapun langkah-langkah dalam perhitungannya adalah sebagai berikut :

1) Merumuskan Hipotesis

H_0 = Tidak ada pengaruh motivasi yang signifikan pada konsumen berdasarkan karakteristiknya terhadap atribut perusahaan asuransi.

H_a = Ada pengaruh motivasi yang signifikan pada konsumen berdasarkan karakteristiknya terhadap atribut perusahaan asuransi.

2) Menentukan Derajat Kebebasan (df) dengan rumus sebagai berikut :

$$df = (r-1)(c-1)$$

dimana :

r adalah jumlah baris

c adalah jumlah kolom

3) Menentukan Chi Square (X^2) hitung dan membandingkan dengan harga X^2 tabel.

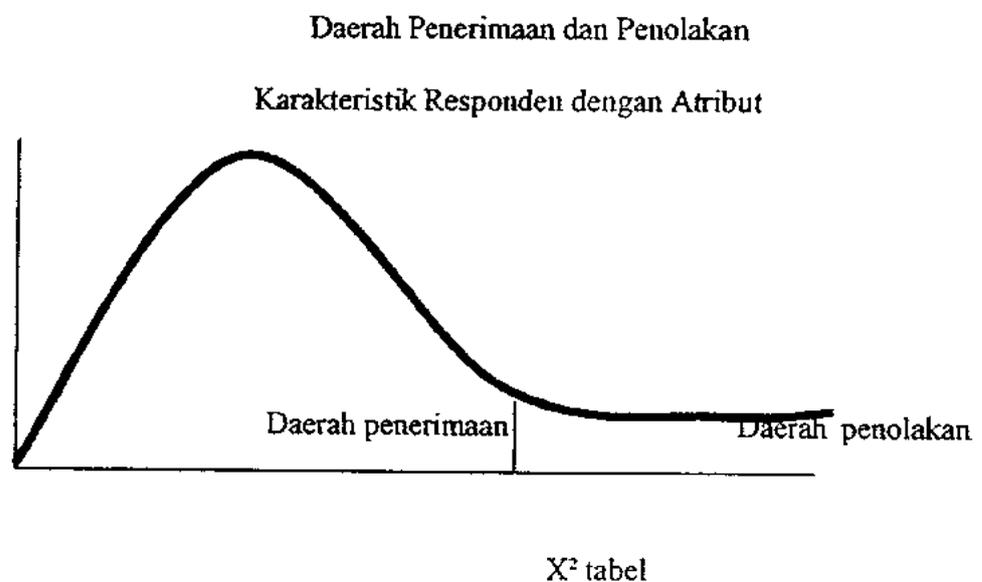
4) Menarik Kesimpulan apakah hipotesis yang diuji diterima atau ditolak dengan kriteria sebagai berikut :

Ho ditolak jika X^2 hitung $\geq X^2$ dalam tabel

Ho diterima jika X^2 hitung $< X^2$ dalam tabel

5) Menggambarkan daerah penerimaan dan daerah penolakan, yaitu :

gambar 3.1



c. Koefisien Kontingensi

Koefisien Kontingensi merupakan salah satu cara untuk mengetahui erat tidaknya hubungan antara dua variabel yang digolong-golongkan ke dalam beberapa kategori. Gunanya adalah untuk mengetahui jumlah hubungan yang terjadi antara variabel dengan atribut-atribut yang ada, maka digunakan rumus :

$$KK = \sqrt{\frac{x^2}{x^2+n}}$$

Dimana :

KK = Koefisien Kontingensi

X^2 = Kai Kuadrat

n = Banyaknya sampel yang digunakan

d. Koefisien Kontingensi Maximum

Koefisien Kontingensi Maximum adalah alat analisis pembandingan koefisien kontingensi antara variabel-variabel yang ada. Alasannya adalah karena koefisien kontingensi maksimum di dalamnya memiliki ketentuan bahwa semakin dekat harga koefisien kontingensi (KK) dengan koefisien kontingensi maksimum (KKMaks), maka semakin kuat pula hubungan variabel-variabel itu, serta demikian pula sebaliknya.

Adapun rumus koefisien kontingensi maksimum adalah sebagai berikut :

$$KK_{maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

Dimana :

Kkmaks = Koefisien Kontingensi Maksimum

m = Banyaknya kolom atau baris dalam tabel kontingensi yang minimum

3.7 Gambaran Umum Perusahaan

3.7.1 Sejarah Perusahaan

Perseroan Terbatas (PT) Asuransi Kerugian yang sekarang bernama PT. Asuransi Jasaraharja Putera dan kantor pusatnya berkedudukan di Jakarta dengan kantor-kantor cabang dan perwakilan yang tersebar di seluruh ibu kota di propinsi di tanah air, pada awalnya berdiri bernama PT. Asuransi Bintang Bali didirikan pada tanggal 5 November 1986, yang pendiriannya dicatat dalam Akte Notaris Sudirman Warnosumardjo, SH, Nomor: 1 Tahun 1986 dan mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia vide surat keputusan nomor: C-2-7027.HT.87 tanggal 31 Oktober 1987 dengan bidang usaha perusahaan adalah bidang asuransi kerugian meliputi asuransi kebakaran, asuransi angkutan darat, laut, dan udara, asuransi engineering, asuransi kecelakaan, dan asuransi kesehatan.

Sebelum memperoleh surat keputusan pengesahan dari Menteri Kehakiman, para pendiri perusahaan melalui notaris yang sama telah melakukan perubahan nama pada tanggal 1 Desember 1986 dari PT. Asuransi Bintang Bali dirubah namanya menjadi PT. Asuransi Tis Asi dengan menjalankan bidang usaha yang sama, akte pendiriannya adalah No.1 tanggal 5 November 1986. Selanjutnya pada tanggal 20 Oktober 1987 diadakan perubahan beberapa ketentuan dalam Anggaran Dasar Perusahaan sebagaimana dalam Akte Perubahan No.13 tersebut, di antara beberapa perubahan yang dimaksud adalah bidang usaha perusahaan yaitu berusaha dalam bidang asuransi kerugian, termasuk usaha reasuransi kecuali pertanggung jawaban jiwa.

Dalam perjalanan selanjutnya untuk mengantisipasi perubahan-perubahan regulasi, para pendiri dan pemegang saham perusahaan bersama jajaran manajemen mencari mitra yang bersedia menambahkan modal kepada perusahaan PT. Asuransi Tis Asi, dalam hal ini PT. Asuransi Jasa Raharja (persero) melalui Yayasan Dana Pensiun dan Kesejahteraan pegawai Jasa Raharja tertarik ikut serta sebagai pemegang saham dengan menanamkan modal pada PT. Asuransi Tis Asi pada awal Agustus 1991. Dengan Akte Notaris Nomor: 38 tanggal 9 Agustus 1991 yang dibuat oleh Notaris Imas Fatimah, SH dilakukan restrukturisasi permodalan yang diikuti dengan perubahan manajemen dan perubahan nama perusahaan yaitu dari PT. Asuransi Tis Asi menjadi PT. Asuransi Aken Raharja dan berkedudukan di Jakarta yang Anggaran Dasarnya dimuat dalam Akte Nomor: 38 tanggal 9 Agustus 1991 dan mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman RI, dengan Surat Keputusan Nomor: C-2-4710.HT.01.04 Tahun 1991 tanggal 13 September 1991. Bidang usahanya adalah menjalankan usaha dalam bidang asuransi kerugian yang seluas-luasnya sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Seiring dengan perkembangan zaman, tuntutan bisnis terus berkembang dan kebijakan pemerintah dalam hal deregulasi terus bergulir tidak terkecuali di bidang asuransi dengan disahkannya Undang-Undang Nomor: 2 Tahun 1992 juncto Peraturan Pemerintah Nomor: 73 Tahun 1993 mengenai usaha perasuransian di Indonesia yang berlaku secara efektif terhitung 1 Januari 1994. Undang-Undang Nomor: 2 Tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah Nomor: 73 Tahun 1993 tentang usaha perasuransian tersebut yang menganut asas spesialisasi dan menegaskan bahwa

perusahaan asuransi penyelenggara program asuransi sosial dilarang menyelenggarakan usaha lain kecuali program asuransi sosial.

Berdasarkan peraturan tersebut, PT. Jasa Raharja (persero) sebagai penyelenggara program sosial harus melepaskan bidang usaha yang bersifat komersil, seperti surety bond, asuransi aneka, dan extra cover atas pelaksanaan Undang- Undang Nomor: 33/1964. Sejalan dengan hal tersebut di atas, maka untuk menjaga kesinambungan pemberian pelayanan/ jaminan asuransi kepada pelanggan jasa surety bond dan asuransi aneka untuk tetap memberikan nilai tambah kepada peserta program asuransi sosial, manajemen PT. Jasa Raharja (persero) mengalihkan bidang usaha yang bersifat komersial kepada PT. Asuransi Aken Raharja.

Kemudian untuk lebih memperluas usaha perusahaan dan meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, para pemegang saham khususnya Dana Pensiun Jasa Raharja dan PT. Jasa Raharja (persero) melakukan penambahan modal atau restrukturisasi manajemen yang dibarengi dengan perubahan seluruh Anggaran Dasar Perusahaan yaitu Akte Perubahan Nomor: 81 sebagaimana diumumkan dalam Berita Negara RI No: 5 tambahan No: 303, beberapa perubahan dimaksud, di antaranya adalah merubah nama PT. Asuransi Aken Raharja menjadi PT. Asuransi Jasaraharja Putera. Dengan bidang usaha yang lebih luas, yaitu menjalankan usaha bidang asuransi kerugian dan surety bond maupun customs bond.

Secara efektif PT. Asuransi Jasaraharja Putera mulai beroperasi terhitung mulai 1 Januari 1994 bersamaan dengan pengalihan bidang usaha PT. Jasa Raharja (persero) yang bersifat komersial tersebut.

PT. Asuransi Jasaraharja Putera merupakan salah satu perusahaan BUMN yang dalam perkembangannya telah berperan aktif dalam mengisi pembangunan melalui usaha perasuransian. Dalam kondisi masyarakat di zaman modern ini sudah tidak diragukan lagi bahwa asuransi mempunyai peranan yang sangat penting dalam menanggulangi resiko kerugian yang mungkin akan dihadapi masyarakat di masa yang akan datang. Untuk menanggulangi kerugian tersebut, PT. Jasaraharja Putera tidak henti-hentinya belajar dan berkreasi untuk menciptakan produk-produk baru yang pada akhirnya produk tersebut dapat membantu masyarakat dan negara dalam mewujudkan cita-cita nasional yaitu mencapai masyarakat adil dan makmur yang berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

3.7.1.1 Pemasaran

1. Daerah Pemasaran

Perwakilan PT. Jasaraharja Putera membawahi 4 Kabupaten, yaitu: Kabupaten Garut, Kabupaten Tasikmalaya, Kabupaten Sukaraja, dan Kabupaten Ciamis, serta membawahi 2 Kodya yaitu: Tasikmalaya, dan Banjar. Daerah-daerah tersebut merupakan daerah pemasaran PT. Jasaraharja Putera.

2. Jasa Yang Ditawarkan

Bidang usaha dari PT. Asuransi Jasaraharja Putera dapat dikelompokkan menjadi:

- a. *Surety Bond*, yaitu bentuk jaminan kepastian dalam hal pemenuhan/pelaksanaan kontrak pemborongan, baik kontrak konstruksi maupun kontrak pengadaan barang yang pada umumnya mulai diperlukan sejak saat pelelangan pekerjaan sampai dengan selesainya proyek.
- 1) *Contract Construction Bond*, memberikan jaminan terhadap tender-tender dan jaminan lain dalam pelaksanaan proyek-proyek pembangunan yang dibiayai APBN, Dana Bantuan dari Luar Negeri dan proyek-proyek milik pemerintah yang dikelola BUMN serta proyek-proyek swasta. Adapun jenis bond yang dikeluarkan adalah:
 - Jaminan Penawaran (*Bid Bond / Tender Bond*)
 - Jaminan Pelaksanaan Pekerjaan (*Performance Bond*)
 - Jaminan Pembayaran Uang Muka (*Advance Payment Bond*)
 - Jaminan Pemeliharaan (*Maintanance Bond*)
 - 2) *Custom Bond* , yaitu bentuk jaminan pembebasan bea masuk, tambahan dan pengenaan pajak pertambahan nilai atas barang dan bahan asal impor yang dipergunakan untuk pembuatan komoditi ekspor sebagaimana ditentukan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b. *Jaminan Tambahan (Extra Cover)*, yaitu merupakan jaminan tambahan atas pelaksanaan program asuransi sosial kepada masyarakat yang

terkena musibah akibat dari penggunaan alat angkutan berdasarkan Undang-Undang Nomor: 34/1964.

c. *Asuransi Aneka*, meliputi:

- 1) Asuransi Pelayanan Umum (Public Liability Insurance), yaitu memberikan jaminan kepada para pengunjung tempat-tempat hiburan/rekreasi dan objek-objek wisata terhadap resiko kecelakaan selama berada dalam lokasi tempat hiburan/objek wisata yang dimaksud.
- 2) Asuransi Kecelakaan Diri (Personal Accident Insurance), yaitu memberikan jaminan terhadap resiko kecelakaan diri pribadi yang diperuntukkan bagi:
 - Pekerja / pegawai di kantor atau di lapangan
 - Anak didik (siswa SD, SMP, SMU, Mahasiswa)
 - Anggota Pramuka, peserta Keluarga Berencana
- 3) Asuransi Kecelakaan dalam Perjalanan, yaitu memberikan jaminan asuransi terhadap para kru kendaraan angkutan barang (supir dan kernetnya) dari kemungkinan resiko kecelakaan yang diakibatkan oleh kendaraan yang bersangkutan dalam perjalanan.
- 4) Asuransi Tanggung Jawab Pengangkut, yaitu memberikan jaminan pertanggungjawaban terhadap kendaraan bermotor yang diangkut melalui kapal-kapal penyebrangan.

d. *Eks Bisnis PT. Asuransi Aken Raharja terdiri dari:*

- 1) Asuransi Kendaraan Bermotor (Motor Vehicle Insurance), yaitu memberikan jaminan atas kerugian kerusakan kendaraan bermotor yang disebabkan oleh tabrakan, terbalik, pencurian, kebakaran, petir, ledakan mesin dan tanggung jawab hukum kepada pihak ke tiga. Jenis asuransi ini dapat diperluas dengan resiko kecelakaan diri pengemudi dan penumpang, banjir, gempa bumi dan huru-hara.
- 2) Asuransi Pengangkutan Barang (Marine Cargo Insurance), yaitu memberikan perlindungan atas kerugian/ kerusakan terhadap barang-barang yang diangkut disebabkan oleh bahaya-bahaya yang dijamin oleh polis, yang terjadi selama barang tersebut dalam pengangkutan, sesuai dengan batasan-batasan seperti tersebut dalam klausula.
- 3) Asuransi Rekayasa (Engineering Insurance), yaitu memberikan perlindungan kerugian terhadap pelaksanaan pembangunan proyek seperti gedung-gedung, jembatan, dermaga, jalan, lapangan terbang, dan sebagainya, serta pemasangan mesin industri / non industri peralatan elektronik, jaringan pipa, jaringan telepon, serta menjamin kerugian pihak ke tiga dalam hubungannya langsung dengan pembangunan proyek yang bersangkutan. Jenis asuransi rekayasa adalah asuransi peralatan dan mesin kontraktor, asuransi kerusakan mesin, asuransi perlengkapan elektronik dan asuransi alat-alat berat.

- 4) Asuransi Uang (Money Insurance), yaitu memberikan jaminan terhadap kehilangan uang, surat-surat berharga yang disimpan dalam lemari besi atau dalam khasanah (cash in safe) yang dibongkar atau dengan cara lain yang disertai dengan kekerasan atau dengan cara paksa, perampokan, juga menjamin kehilangan uang saat dalam perjalanan (cash in transit)
- 5) Asuransi Hole in One, yaitu memberikan pertanggungan atau ganti rugi terhadap tertanggung atau penyelenggara turnamen golf atas kewajiban mereka untuk memberikan hadiah kepada peserta yang mencapai hole in one dengan satu kali pukulan pertama pada hole yang ditentukan pada saat menyelesaikan putaran selama turnamen.
- 6) Asuransi Rangka Kapal (Marine Hull Insurance), yaitu memberikan jaminan terhadap kerugian rangka kapal, mesin kapal, biaya tambang (freight), disbursement, uang sewa kapal (carter hire).
- 7) Asuransi Kebakaran (Fire Insurance), yaitu memberikan perlindungan terhadap kerusakan gedung, kantor, rumah tinggal, toko, pabrik, hotel, dan bangunan-bangunan lainnya terhadap resiko kerugian yang disebabkan oleh bahaya kebakaran, petir, peledakan, asap, dan kejatuhan pesawat terbang, serta perluasan resiko karena huru-hara, letusan gunung berapi, banjir, angin topan dan badai.

Dari berbagai macam bidang usaha di atas yang terdapat dalam PT. Jasaraharja Putera tersebut, penulis lebih memfokuskan kepada jenis asuransi Kecelakaan Diri.

3. Promosi Jasa

Promosi yang dilakukan oleh PT. Jasaraharja Putera meliputi:

- a. Pemasangan Billboard di obyek-obyek wisata.
- b. Pemberian santunan yang disaksikan oleh unsur masyarakat atau pengelola suatu objek atau organisasi. Contohnya : Pemberian santunan di depan siswa sekolah pada saat upacara atau pemberian santunan di depan Bupati atau Muspida yang diliputi oleh pers.
- c. Mengadakan kerja sama dengan perusahaan percetakan yang difokuskan kepada promosi saling menguntungkan.
- d. Pemberian bantuan berupa spanduk kepada Panitia atau Pengelola obyek atau organisasi pada event-event tertentu.
- e. Pemberian bantuan obat-obatan dan sarana yang menunjang pelayanan bagi pengunjung atau pengelola untuk kemungkinan resiko kecelakaan yang terjadi.
- f. Pemasangan iklan di media cetak maupun elektronik.
- g. Ikut pameran pembangunan, stand-stand dengan membagikan brosur-brosur kepada pengunjung.
- h. Door to door, namun untuk yang satu ini jarang dilakukan mengingat jumlah karyawan yang sangat terbatas.

3.7.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi pada PT. Asuransi Jasaraharja Putera menganut system organisasi garis dan staff (*line and staff organization*), dimana wewenang mengalir dari atasan kepada bawahan yang berada setingkat di bawahnya, dan sebaliknya bawahan bertanggung jawab kepada atasannya yang berada setingkat di atasnya, setiap atasan mempunyai bawahan-bawahan tertentu dan tiap-tiap bawahan hanya mempunyai dan bertanggung jawab kepada seorang atasan.

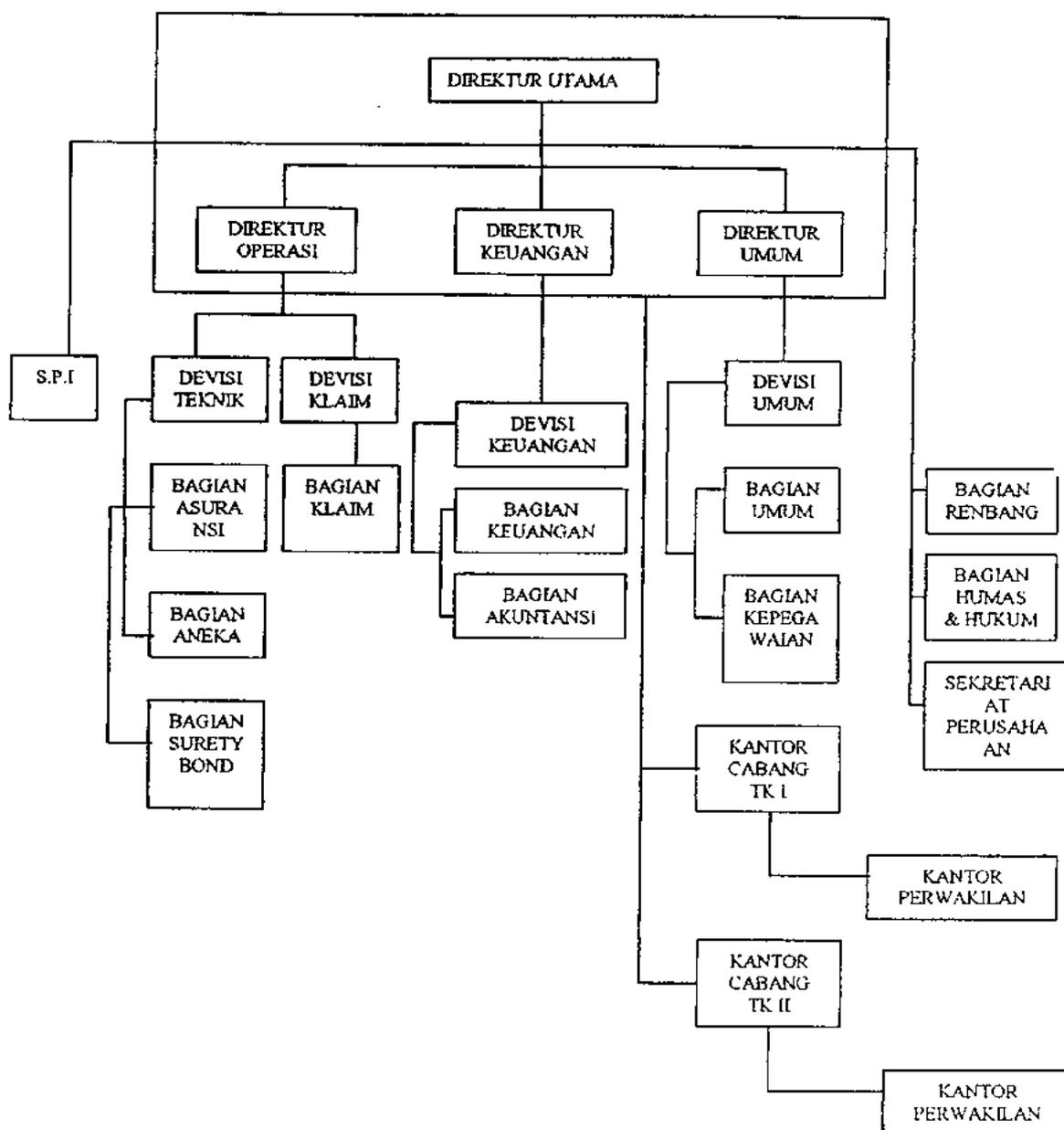
Berdasarkan Surat Keputusan Direksi PT. (persero) Asuransi Jasaraharja Putera Nomor: SKEP/50/IX/1997 tertanggal 15 September 1997, struktur organisasi PT. Asuransi Jasaraharja Putera ditetapkan sebagai berikut :

1. Kantor pusat yang berkedudukan di Jakarta dan membawahi kantor-kantor cabang yang tersebar di daerah-daerah.
2. Kantor cabang tingkat I dan tingkat II yang berkedudukan di setiap ibu kota propinsi atau kota lain yang memiliki potensi dan membawahi satu atau lebih kantor-kantor perwakilan.
3. Kantor perwakilan yang berkedudukan di setiap ibu kota kabupaten atau kota lain yang memiliki potensi.
4. Dalam operasionalnya selain kantor pusat yang berkedudukan di Jakarta, PT. Asuransi Jasaraharja Putera kini mempunyai 1 kantor cabang khusus, 6 kantor cabang tingkat I, 18 kantor cabang tingkat II, dan 49 kantor perwakilan serta unit yang tersebar di seluruh Indonesia.

Perusahaan dipimpin, dikendalikan dan dikoordinasi oleh sebuah badan pimpinan yang disebut Dewan Direksi yang beranggotakan empat (4) orang yang terdiri dari : seorang Direktur Utama dan tiga orang Direktur dengan tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

1. Direktur Utama selaku Ketua Dewan Direksi serta fungsional bertindak sebagai penanggung jawab pada kegiatan perencanaan, pengembangan, sekretariat perusahaan dan pengawasan.
2. Direktur Operasional sebagai Anggota Dewan Direksi, secara fungsional bertindak sebagai penanggung jawab pada kegiatan asuransi dan surety bond termasuk pelayanan klaim.
3. Direktur Keuangan sebagai Anggota Dewan Direksi, secara fungsional bertindak sebagai penanggung jawab pada kegiatan administrasi keuangan dan akuntansi.
4. Direktur Umum sebagai Anggota Dewan Direksi, secara fungsional bertindak sebagai penanggung jawab pada kegiatan bidang umum dan kepegawaian.

Gambar 3.2
 Bagan Struktur Organisasi
 PT. Asuransi Jasaraharja Putera
 Kantor Pusat



Struktur organisasi dari unit kerja di kantor pusat, secara hierarkis adalah sebagai berikut:

1. Divisi Teknik, yang di dalamnya dilengkapi dengan Unit Kerja Struktural:
 - a. Bagian Asuransi Umum, yang di dalamnya mencakup:
 - 1) Seksi Asuransi Umum
 - 2) Seksi Reasuransi
 - b. Bagian Aneka
 - 1) Seksi Aneka
2. Divisi Surety Bond, yang di dalamnya mencakup:
 - a. Bagian Akseptasi I
 - 1) Seksi Underwriting I
 - 2) Seksi Reasuransi
 - b. Bagian Akseptasi II
 - 1) Seksi Underwriting II
3. Divisi Klaim, yang di dalamnya dilengkapi dengan Unit Kerja Struktural:
 - a. Bagian Klaim
 - 1) Seksi Klaim Surety Bond dan Aneka
 - 2) Seksi Klaim Asuransi Umum
4. Divisi Keuangan, yang di dalamnya dilengkapi dengan Unit Kerja Struktural:
 - 1) Bagian Keuangan
 - 1) Seksi Keuangan
 - 2) Seksi Investasi

- 2) Bagian Akuntansi
 - 1) Seksi Akuntansi
 - 2) Seksi Verifikasi
5. Divisi Sumber Daya Manusia, yang dilengkapi dengan Unit Kerja Struktural:
 - a. Bagian Umum
 - 1) Seksi Pengadaan dan penyimpanan
 - 2) Seksi Umum
 - 3) Seksi Sekretariat
 - b. Bagian Sumber Daya Manusia
 - 1) Seksi Kesejahteraan
 - 2) Seksi Sumber Daya Manusia
5. Divisi Penelitian dan Pengembangan (Litbang) sebagai Unit Kerja Struktural setingkat Divisi dan dipimpin oleh sejumlah pejabat fungsional setingkat Kepala Bagian dan atau setingkat Kepala Seksi serta dilengkapi dengan Unit Kerja struktural:
 - a. Bagian Penelitian dan Pengembangan (Litbang):
 - 1) Seksi Penelitian dan Pengembangan (Litbang)
 - b. Bagian EDP (Electronic Data Processing)
7. Satuan Pengawas Intern (SPI) sebagai Unit Kerja Srtuktural setingkat Divisi yang dipimpin oleh Kepala SPI yang dibantu oleh sejumlah pejabat fungsional setingkat Kepala Bagian dan atau setingkat Kepala Seksi serta dilengkapi dengan Unit Kerja Struktural :

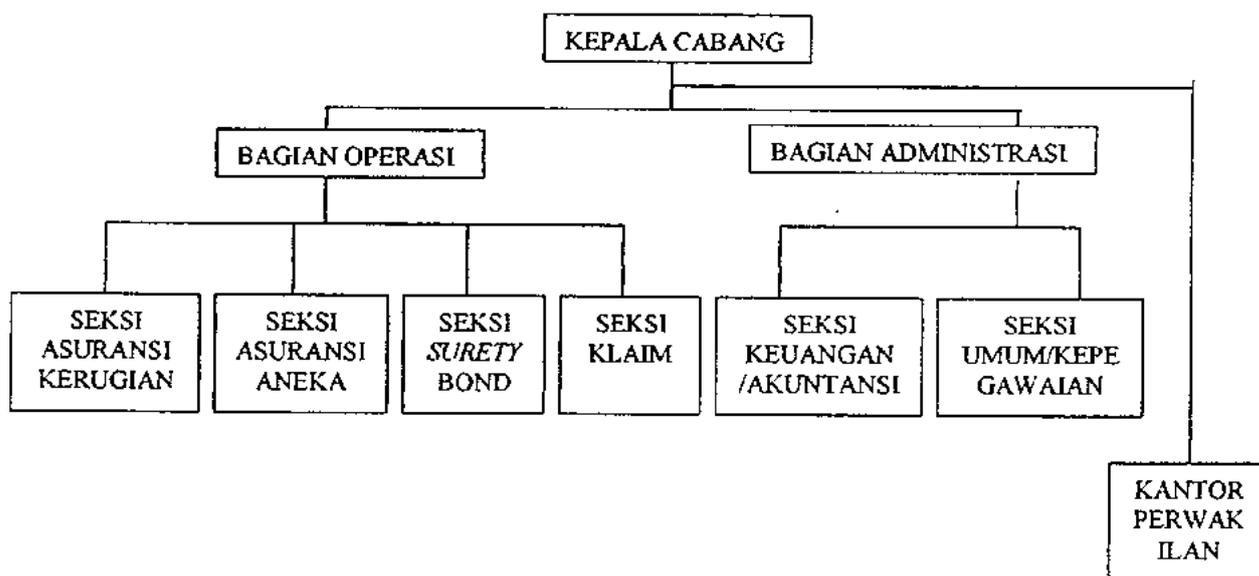
- a. Bagian Pengawasan
8. Bagian Hukum dan Humas, yang di dalamnya mencakup:
 - a. Seksi Hukum
 - b. Seksi Humas
9. Bagian Pemasaran, yang di dalamnya mencakup:
 - a. Seksi Pemasaran I
 - b. Seksi Pemasaran II

Gambar 3.3

Bagan Struktur Organisasi

PT. Asuransi Jasaraharja Putera

Kantor Cabang Tingkat I



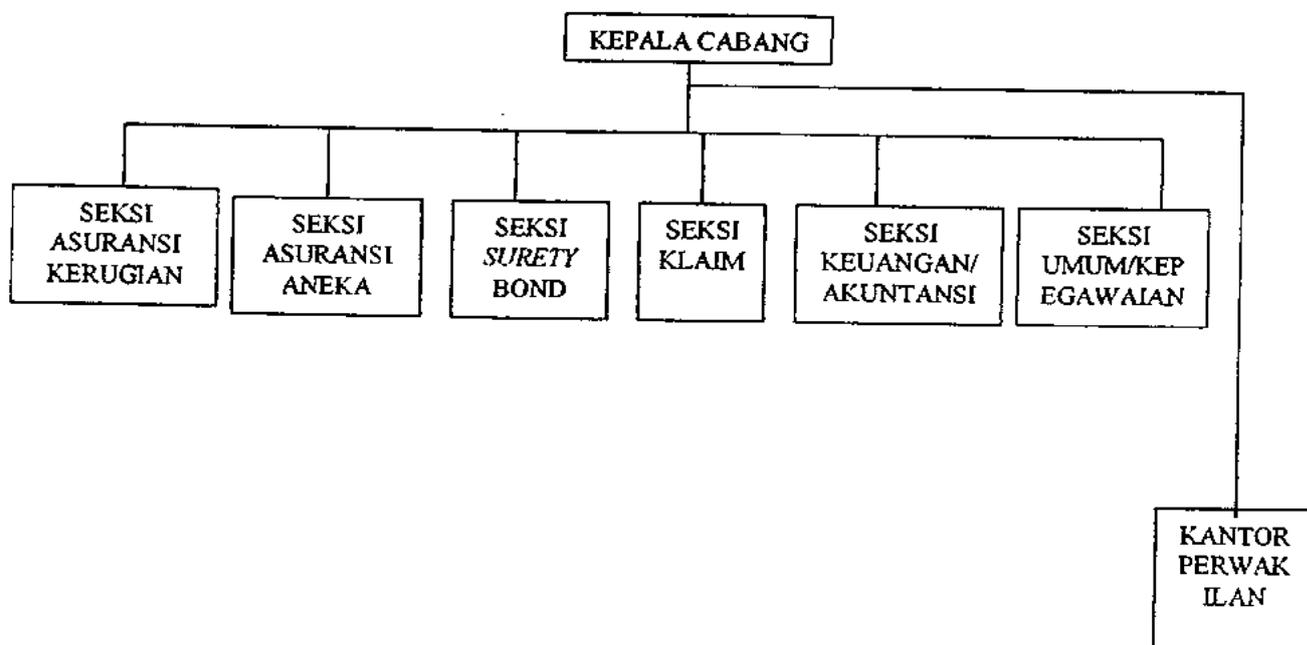
Sumber Dokumentasi PT. JASARAHARJA PUTERA

Gambar 3.4

Bagan Struktur Organisasi

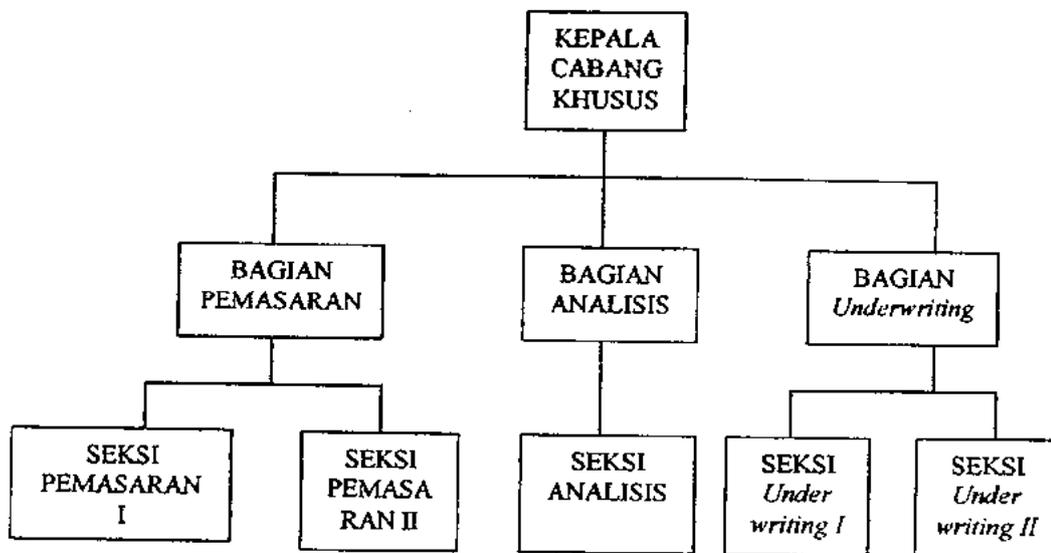
PT. Asuransi Jasaraharja Putera

Kantor Cabang Tingkat II



Sumber Dokumentasi PT. JASARAHARJA PUTERA

Gambar 3.5
 Bagan Struktur Organisasi
 PT. Asuransi Jasaraharja Putera
 Kantor Cabang Khusus



Sumber Dokumentasi PT. JASARAHARJA PUTERA

Struktur organisasi PT. Jasaraharja Putera di Kantor Cabang adalah:

1. Kepala Cabang tipe A dalam kedudukannya dan fungsinya sebagai pembantu Direksi di daerah, secara structural membawahi/ dibantu oleh beberapa Unit Kerja Struktural Bagian, Seksi dan Kantor Cabang Pembantu sebagai berikut:

a. Bagian Operasional, yang di dalamnya mencakup:

1) Seksi Pemasaran

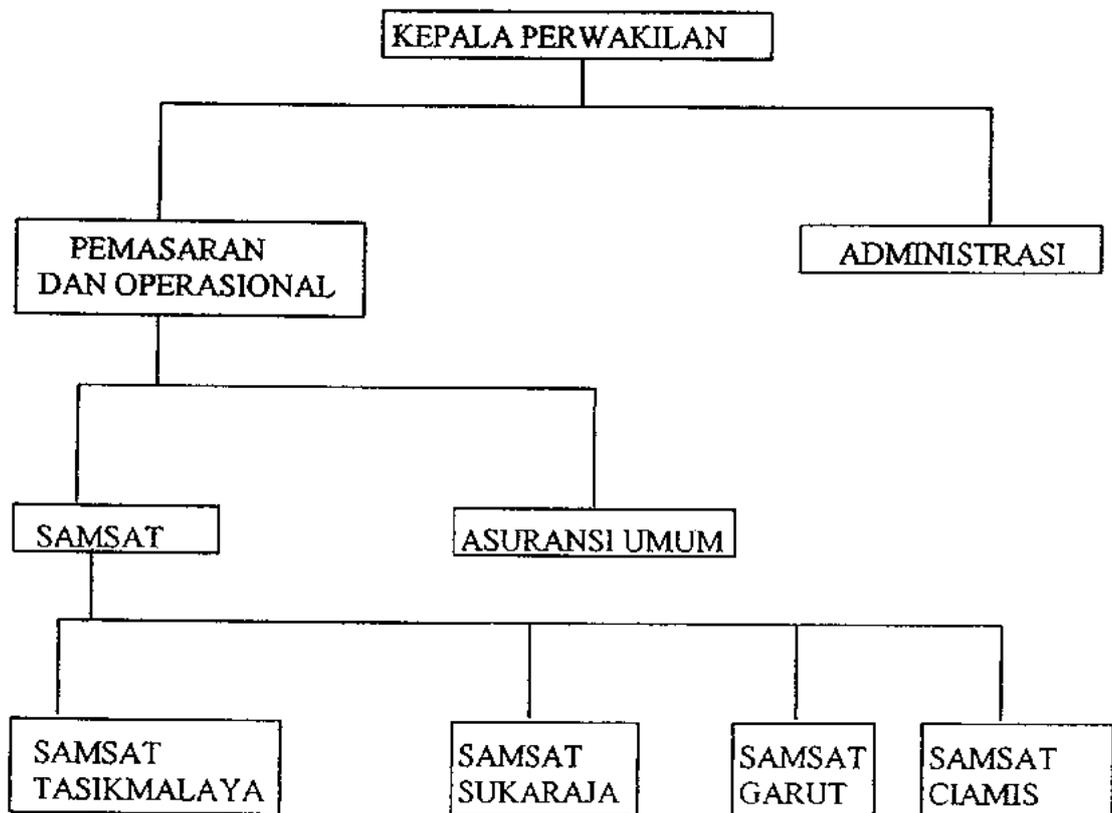
- 2) Seksi Underwriting
 - 3) Seksi Klaim
 - b. Bagian Administrasi, yang di dalamnya mencakup:
 - 1) Seksi Keuangan / Akuntansi
 - 2) Seksi Umum dan SDM
 - c. Kantor Cabang Pembantu
2. Kepala Cabang tipe B dalam kedudukan dan fungsinya sebagai pembantu Direksi di daerah, membawahi / dibantu oleh beberapa Unit Kerja Struktural:
 - a. Seksi Pemasaran
 - b. Seksi Underwriting
 - c. Seksi Klaim
 - d. Seksi Keuangan dan Umum
 - e. Kantor Cabang Pembantu
3. Kepala Cabang tipe C dalam kedudukan dan fungsinya sebagai pembantu Direksi di daerah, membawahi / dibantu oleh beberapa Unit Kerja Struktural sebagai berikut:
 - a. Seksi Pemasaran dan Underwriting
 - b. Seksi Klaim
 - c. Seksi Keuangan dan Umum
 - d. Kantor Cabang Pembantu

Kepala Cabang Pembantu dalam kedudukan dan fungsinya sebagai Pembantu Kantor Cabang secara struktural membawahi atau dibantu oleh petugas pelaksana.

Gambar 3.6

Struktur Organisasi

PT. Jasaraharja Putera Tasikmalaya



Sumber PT. Asuransi Jasaraharja Putera Tasikmalaya

3.7.3 Personalia

3.7.3.1. Jumlah Personalia PT. Jasaraharja Putera Tasikmalaya :

- a. Pegawai tetap terdiri dari 2 orang sedangkan pegawai non organik terdiri dari 4 orang. Serta 1 orang Kepala Perwakilan.
- b. Sedangkan PT. Jasa Raharja Tasikmalaya terdiri dari 8 orang karyawan tetap, 2 orang karyawan kontrak, yaitu Costumers Service dan Security. dan juga 1 orang Kepala Cabang.

3.7.3.2. Rekrutmen Pegawai

PT. Jasaraharja Putera memakai system *Zero Growth* dalam perekrutan pegawai; yang artinya setiap penambahan pegawai sebanyak jumlag pegawai yang pension, mengundurkan diri, diberhentikan atau dipecat. Sehingga jumlah pegawai dari tahun ke tahun jumlahnya tetap sama.

3.7.3.3 Pendidikan Pegawai

- a. Untuk jabatan sebagai Juru Layan, Pengemudi dan Pelaksana Administrasi minimal lulusan SMU.
- b. Untuk jabatan Kepala Seksi, Kepala Perwakilan, Kepala Bagian minimal lulusan S1.
- c. Untuk jabatan Kepala Cabang, Kepala Divisi minimal lulusan S1 plus atau S2. S1 plus artinya sarjana + pengalaman + pendidikan + sertifikat lainnya.
- d. Semua pegawai baru harus melalui test baik tertulis maupun lisan, kemudian ditest kesehatannya. Test tersebut dilakukan di Jakarta yaitu di

Kantor Pusat. Pada umumnya test tertulis PT. Jasaraharja Putera bekerja sama dengan FMUI (Fakultas Manajemen Universitas Indonesia).

e. Persyaratan-persyaratan lainnya:

- Pegawai belum berkeluarga
- Usia max < 25 tahun
- Bersedia di tempatkan di seluruh Indonesia
- Sehat jasmani maupun rohani

f. Bagi karyawan yang baru diterima tidak otomatis menjadi karyawan tetap. Untuk menjadi karyawan tetap harus melalui pemantapan jabatan. Apabila sebanyak dua kali karyawan tersebut tidak lulus ujian pemantapan jabatan maka karyawan tersebut dikeluarkan dari PT. Jasaraharja Putera.

g. Sedangkan untuk menduduki Kepala Seksi atau Kepala Bagian, karyawan tersebut harus mengikuti ujian perjenjangan jabatan.

- Untuk Kepala Seksi perjenjangan jabatan tingkat I
- Untuk Kepala Bagian perjenjangan jabatan tingkat II
- Untuk Kepala Cabang perjenjangan jabatan tingkat III

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Populasi dalam penelitian ini adalah para nasabah suka rela asuransi kecelakaan diri PT. Jasaraharja Putera Perwakilan Tasikmalaya. Pengumpulan data dalam penelitian ini penulis lakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 120 responden yang terpilih sebagai sampel penelitian. Dari hasil penelitian tersebut kemudian dilakukan analisis untuk memperoleh kesimpulan akhir.

4.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Perhitungan uji validitas dan reliabilitas menggunakan program SPSS. Dari hasil perhitungan *Pearson's Product Moment Correlation* dapat dibandingkan dengan nilai r kritis (tabel) untuk mengetahui keabsahan (valid) dari butir-butir pertanyaan pada kuesioner atau jika $r_{XY} > r$ tabel dapat dinyatakan valid dan terlihat pada koefisien r_{XY} yang menunjukkan variabel-variabel yang diteliti (Sutrisno Hadi, 1990:58). Dengan menggunakan taraf signifikan sebesar 5% atau 0,05 dan $n = 30$ maka dapat diperoleh nilai r tabel sebesar 0,361.

Sedangkan untuk menguji reliabilitas dapat dilihat pada hasil perhitungan apabila koefisien $r_{ij} > 0,361$ dapat dinyatakan andal atau reliabel (Sutrisno Hadi, 1990:60). Tabel berikut menunjukkan ringkasan dari analisis uji validitas dan reliabilitas yang didasarkan pada perhitungan yang ada pada lampiran.

Tabel 4.1.
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Pertanyaan	Uji Validitas		Uji Reliabilitas	
		r_{xy}	Tafsir	r_{ij}	Tafsir
Variasi Jasa	1	0,916	Valid	0,7752	Andal
	2	0,893	Valid		
Fasilitas dan Pelayanan	1	0,870	Valid	0,8021	Andal
	2	0,824	Valid		
	3	0,846	Valid		
Premi	1	0,917	Valid	0,7801	Andal
	2	0,895	Valid		
Proses Klaim	1	1	Valid	1	Andal
Ketepatan Polis	1	1	Valid	1	Andal

Sumber : Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel di atas dapat diambil kesimpulan bahwa semua pertanyaan dari variabel atribut jasa asuransi kecelakaan diri yang memotivasi konsumen dalam pengambilan keputusan yaitu variasi jasa, fasilitas dan pelayanan, premi, proses klaim dan ketepatan polis menunjukkan valid dan andal (reliabel) sehingga butir-butir pertanyaan dapat digunakan untuk penelitian.

4.2. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif adalah analisis yang berdasarkan jawaban yang diperoleh dari para responden, sehingga diperoleh gambaran teratur tentang suatu peristiwa.. Analisis yang digunakan di sini adalah persentase yaitu perbandingan jumlah responden yang memilih dari setiap atribut dengan jumlah responden secara keseluruhan kemudian dikalikan dengan 100 %.

4.2.1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini digolongkan ke dalam tiga kategori yaitu kategori jenis kelamin, pekerjaan, usia dan penghasilan per bulan.

1. Jenis Kelamin Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, hasilnya dapat dilihat dalam tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2.
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	81	67,5 %
Perempuan	39	32,5 %
Jumlah	120	100 %

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa kelompok responden terbanyak dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 81 orang (67,5 %) sedangkan sisanya sebanyak 39 orang (32,5 %) adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok responden yang berjenis kelamin laki-laki banyak membutuhkan dan memanfaatkan jasa asuransi kecelakaan diri daripada kelompok responden berjenis kelamin perempuan. Hal tersebut terjadi karena laki-laki lebih banyak yang mengendarai / menggunakan kendaraan bermotor daripada perempuan, sehingga laki-laki lebih mempunyai kesadaran untuk berasuransi ketimbang perempuan. Selain itu juga laki-laki lebih banyak berada di luar ruangan atau di luar rumah ketimbang perempuan sehingga tingkat kecelakaan lebih tinggi dialami oleh para laki-laki.

2. Pekerjaan Responden

Menurut jenis pekerjaannya maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.3.
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pegawai negeri/swasta	39	32,5 %
Wiraswasta	67	55,8 %
Belum bekerja	14	11,7 %
Jumlah	120	100 %

Sumber : Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa kelompok responden terbanyak dalam penelitian ini adalah bekerja wiraswasta yaitu sebanyak 67 orang (55,8 %) dan yang bekerja sebagai pegawai negeri/swasta sebanyak 39 orang (32,5 %). Sedangkan sisanya sebanyak 14 orang (11,7 %) belum bekerja. Hal ini dikarenakan kelompok responden yang pekerjaannya sebagai wiraswasta memiliki mobilitas berkendara lebih tinggi daripada kelompok responden yang pekerjaannya sebagai pegawai negeri/swasta maupun kelompok responden yang belum bekerja. Kelompok responden yang pekerjaannya sebagai wiraswasta ini rata-rata memiliki satu atau lebih usaha yang distribusinya sampai ke luar kota sehingga membutuhkan transportasi berupa kendaraan bermotor berupa mobil, truk, dan lain-lain. Hal tersebutlah yang memicu kesadaran untuk berasuransi kecelakaan diri ataupun jenis asuransi yang lainnya.

3. Usia Responden

Menurut usianya maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.4.
Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
< 30 tahun	27	22,5 %
30 – 40 tahun	58	48,3 %
> 40 tahun	35	29,3 %
Jumlah	120	100 %

Sumber : Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa kelompok responden terbanyak dalam penelitian ini adalah berusia antara 30 – 40 tahun yaitu sebanyak 58 orang (48,3 %). Kemudian responden yang berusia lebih dari 40 tahun sebanyak 35 orang (29,3 %) dan sisanya sebanyak 27 orang (22,5 %) berusia kurang dari 30 tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada kelompok usia 30 – 40 tahun banyak menggunakan asuransi kecelakaan diri yang ditawarkan oleh pihak PT. Jasaraharja Putera, pada usia tersebut merupakan usia produktif sehingga mobilitas berkendara ataupun berada diluar rumah sangat tinggi. Sedangkan pada kelompok responden usia kurang dari 30 tahun rata-rata masih belum punya kesadaran yang tinggi akan pentingnya asuransi ketimbang kelompok responden usia lebih dari 40 tahun.

4. Penghasilan Responden

Berdasarkan penghasilan responden per bulan maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.5.
Penghasilan Responden

Penghasilan Per Bulan	Frekuensi	Persentase
< Rp. 1.000.000	29	24,2 %
Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000	37	30,8 %
Rp. 3.001.000 – Rp. 5.000.000	32	26,7 %
> Rp. 5.000.000	22	18,3 %
Jumlah	120	100 %

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa penghasilan responden per bulan terbanyak antara Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 yaitu sebanyak 37 orang (30,8 %). Kemudian yang penghasilannya antara Rp. 3.001.000 – Rp. 5.000.000 sebanyak 32 orang (26,7 %) dan yang penghasilannya kurang dari Rp. 1.000.000 sebanyak 29 orang (24,2 %). Sedang sisanya sebanyak 22 orang (18,3 %) mempunyai penghasilan per bulan lebih dari Rp. 5.000.000. Hal ini dikarenakan responden pada umumnya sudah bekerja yang berarti mereka sudah memiliki pekerjaan tetap dan mendapatkan penghasilan yang tetap diterima setiap bulannya sehingga mereka dapat memenuhi kewajibannya membayar premi yang telah ditetapkan oleh pihak asuransi. Tipisnya perbedaan jumlah antar kelompok penghasilan responden menunjukkan bahwa asuransi dapat dimiliki siapapun sesuai dengan kemampuan keuangan masing-masing tertanggung.

5. Motivasi

Motivasi mengikuti asuransi kecelakaan diri dalam penelitian ini didapatkan hasil, seperti yang ditunjukkan pada table 4.6.

Table 4.6
Motivasi Mengikuti Asuransi Kecelakaan Diri
PT. Jasaraharja Putera Tasikmalaya

Motivasi	F	%
Variasi Jasa	75	62,5%
Fasilitas dan Pelayanan	10	8,3%
Premi	9	7,5%
Proses Klaim	20	16,7%
Ketepatan Polis	6	5%

Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa motivasi tertinggi dalam pengambilan keputusan menjadi nasabah suka rela asuransi kecelakaan diri adalah terdapatnya bermacam variasi jasa yang ditawarkan, yaitu sebanyak 62,5% . Adanya bermacam variasi jasa memberikan kesempatan pada konsumen atau nasabah untuk menentukan jenis asuransi apa yang sesuai dengan kebutuhannya. Beragamnya kebutuhan manusia menuntut perusahaan agar selalu inovatif dalam menciptakan produk atau jasa ke pasar. Sebanyak 16,7% karena proses klaim yang tidak berbelit-belit dan tidak memakan waktu lama. Nasabah sangat tidak menyukai proses yang berbelit-belit dalam pengambilan haknya. Semakin cepat prosesnya nasabah akan semakin puas. Kemudian motivasi adanya fasilitas dan pelayanan yang baik, sebanyak 8,3%. Adanya fasilitas dan pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan lebih kepada para nasabah, misalnya adanya ruang tunggu yang nyaman,

pelayanan yang ramah, dan lain-lain. Sedang sisanya premi 7,5% dan ketepatan polis 5%. Besarnya premi sesuai dengan kemampuan nasabah. Ketepatan polis merupakan janji perusahaan dengan kenyataannya adalah sesuai.

4.2.2. Penilaian Konsumen terhadap Atribut Jasa Asuransi Kecelakaan Diri

Penilaian konsumen terhadap atribut jasa asuransi kecelakaan diri dalam penelitian ini meliputi variasi jasa, fasilitas dan pelayanan, premi, proses klaim dan ketepatan polis.

1. Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Variasi Jasa

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui penilaian konsumen terhadap atribut variasi jasa asuransi kecelakaan diri seperti pada tabel 4.7 berikut.

Tabel 4.7.
Penilaian terhadap Atribut Variasi Jasa Asuransi Kecelakaan Diri

Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Lengkap	3	2,5 %
Tidak Lengkap	9	7,5 %
Cukup Lengkap	48	40,0 %
Lengkap	47	39,2 %
Sangat Lengkap	13	10,8 %
Jumlah	120	100 %

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menilai bahwa variasi jasa asuransi kecelakaan diri yang disediakan lengkap dan sangat lengkap yaitu sebanyak 60 orang (50,0 %). Kemudian yang menilai cukup lengkap sebanyak 48 orang (40,0 %) dan sisanya sebanyak 12 orang (10,0 %) menilai tidak lengkap dan sangat tidak lengkap. Hal tersebut menunjukkan bahwa para ponden sudah merasa sangat puas karena kebutuhan akan beragam

asuransi telah disediakan oleh PT. Jasaraharja Putera, tergantung jenis kebutuhannya.

2. Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Fasilitas dan Pelayanan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui penilaian konsumen terhadap atribut fasilitas dan pelayanan asuransi kecelakaan diri seperti pada tabel 4.8 berikut.

Tabel 4.8.
Penilaian terhadap Atribut Fasilitas dan Pelayanan
Asuransi Kecelakaan Diri

Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Baik	3	2,5 %
Tidak Baik	2	1,7 %
Cukup Baik	62	51,7 %
Baik	51	42,5 %
Sangat Baik	2	1,7 %
Jumlah	120	100 %

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menilai bahwa fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh jasa asuransi kecelakaan diri PT. Asuransi Jasa Raharja Putera Cabang Tasikmalaya adalah cukup baik yaitu sebanyak 62 orang (51,7 %). Kemudian yang memberikan penilaian baik dan sangat baik yaitu sebanyak 53 orang (44,2 %) dan sisanya sebanyak 5 orang (4,2 %) menilai tidak baik dan sangat tidak baik. Banyaknya kelompok responden yang menjawab netral disini dapat dijadikan masukan yang baik untuk PT. Jasaraharja Putera agar dapat lebih memperhatikan fasilitas dan pelayanannya agar dapat meningkatkan kepuasan nasabahnya.

3. Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Premi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui penilaian konsumen terhadap atribut premi jasa asuransi kecelakaan diri seperti pada tabel 4.9 berikut.

Tabel 4.9.
Penilaian terhadap Atribut Premi Asuransi Kecelakaan Diri

Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Mahal	1	0,8 %
Mahal	10	8,3 %
Cukup Mahal	40	33,3 %
Murah	44	36,7 %
Sangat Murah	25	20,8 %
Jumlah	120	100 %

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menilai bahwa besarnya premi jasa asuransi kecelakaan diri PT. Asuransi Jasa Raharja Putera Perwakilan Tasikmalaya adalah murah dan sangat murah yaitu sebanyak 69 orang (57,5 %). Kemudian yang menilai cukup mahal sebanyak 40 orang (33,3 %) dan sisanya sebanyak 11 orang (9,2 %) menilai mahal dan sangat mahal. Tingginya jumlah dari kelompok responden yang menjawab bahwa premi jasa asuransi kecelakaan diri PT. Jasaraharja Putera Perwakilan Tasikmalaya murah dan sangat murah menunjukkan bahwa sesungguhnya asuransi bisa saja dimiliki tidak hanya kalangan berduit saja .

4. Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Proses Klaim

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui penilaian konsumen terhadap atribut proses klaim asuransi kecelakaan diri seperti pada tabel 4.10 berikut.

Tabel 4.10.
Penilaian terhadap Atribut Proses Klaim Asuransi Kecelakaan Diri

Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Lama	5	4,2 %
Lama	15	12,5 %
Cukup Lama	34	28,3 %
Cepat	44	36,7 %
Sangat Cepat	22	18,3 %
Jumlah	120	100 %

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menilai bahwa proses klaim asuransi kecelakaan diri pada PT. Asuransi Jasa Raharja Putera Perwakilan Tasikmalaya adalah cepat dan sangat cepat yaitu sebanyak 66 orang (55,0 %). Kemudian yang menilai cukup lama sebanyak 34 orang (28,3 %) dan sisanya sebanyak 20 orang (16,7 %) menilai lama dan sangat lama. Kelompok responden yang paling dominan adalah kelompok responden yang menilai bahwa proses klaim asuransi kecelakaan diri PT. Jasaraharja Putera Perwakilan Tasikmalaya sangat cepat dan cepat, hal tersebut merupakan prestasi tersendiri yang harus dipertahankan / ditingkatkan oleh pihak PT. Jasaraharja Putera Perwakilan Tasikmalaya. Sedangkan kelompok responden yang menilai proses klaimnya lama dan sangat lama dapat lebih diperhatikan lagi dan sebagai

input positif agar pelayanannya yang meliputi proses klaim lebih ditingkatkan lagi.

5. Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Ketepatan Polis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui penilaian konsumen terhadap atribut ketepatan polis asuransi kecelakaan diri seperti pada tabel 4.11 berikut.

Tabel 4.11.
Penilaian terhadap Atribut Ketepatan Polis Asuransi Kecelakaan Diri

Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Sesuai	5	4,2 %
Tidak Sesuai	32	26,7 %
Cukup Sesuai	37	30,8 %
Sesuai	26	21,7 %
Sangat Sesuai	20	16,7 %
Jumlah	120	100 %

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menilai bahwa ketepatan polis asuransi kecelakaan diri pada PT. Asuransi Jasa Raharja Putera Cabang Tasikmalaya adalah sesuai dan sangat sesuai yaitu sebanyak 46 orang (38,33 %). Kemudian yang menilai cukup sesuai sebanyak 37 orang (30,8 %) dan sisanya sebanyak 37 orang (30,8 %) menilai tidak sesuai dan sangat tidak sesuai. Polis menyangkut ketepatan antara janji perusahaan dengan kenyataan yang diberikan. Kelompok responden yang menilai bahwa ketepatan polis sangat sesuai dan sesuai menunjukkan bahwa PT. Jasaraharja Putera telah memenuhi polis atau akta perjanjian asuransi antara tertanggung dan penanggung dimana

dimuat secara jelas mengenai syarat-syarat pertanggung jawaban serta hak-hak dan kewajiban tertanggung dan penanggung.

4.3. Analisis Kuantitatif

4.3.1. Analisis Kai Kuadrat (*Chi Square*)

Untuk membuktikan hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini maka digunakan analisis kai kuadrat (*chi square*). Analisis ini digunakan untuk membuktikan apakah ada pengaruh motivasi yang signifikan konsumen berdasarkan karakteristiknya terhadap atribut jasa asuransi kecelakaan diri PT. Asuransi Jasa Raharja Putera Cabang Tasikmalaya. Menarik kesimpulan apakah hipotesis diterima atau ditolak dengan kriteria sebagai berikut :

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah sukarela asuransi kecelakaan diri

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah sukarela asuransi kecelakaan diri

4.3.1.1. Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Suka Rela Asuransi Kecelakaan Diri Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil proses crosstab antara atribut motivasi dengan jenis kelamin, seperti terlihat pada tabel 4.12.

Tabel 4.12.
Crosstab antara Motivasi dengan Jenis Kelamin

Motivasi	Laki-laki		Perempuan		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%
Variasi Jasa	49	40,8%	26	24,7%	75	62,5%
Fasilitas & Pelayanan	6	5%	4	3,3%	10	8,3%
Ketepatan Polis	4	3,3%	2	1,7%	6	5%
Premi	7	5,8%	2	1,7%	9	7,5%
Proses Klaim	15	12,5%	5	4,2%	20	16,7%
Total	81	67,5%	39	32,5%	120	100%

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa kelompok responden terbanyak dalam penelitian ini berjenis kelamin laki – laki, yaitu sebanyak 67,5%. Motivasi konsumen tertinggi terhadap keputusan menjadi nasabah sukarela asuransi kecelakaan diri berdasarkan jenis kelamin adalah pada variasi jasa, yaitu sebanyak 40,8%.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program *SPSS for Windows Release 11.0* dapat diketahui besarnya chi square (χ^2) sebesar 1,365. Dengan derajat kebebasan (df) sebesar 4 diperoleh nilai χ^2 tabel sebesar 9,488. Dengan demikian nilai χ^2 hitung lebih kecil dari nilai χ^2 tabel ($1,365 < 9,488$) yang artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah suka rela asuransi kecelakaan diri PT. Jasaraharja Putera perwakilan Tasikmalaya ditinjau dari jenis kelamin.

4.3.1.2. Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Suka Rela Asuransi Kecelakaan Diri Berdasarkan Pekerjaan

Hasil proses crosstab antara atribut motivasi dengan pekerjaan, seperti terlihat pada tabel 4.13.

Tabel 4.13.

Crosstab antara Atribut Motivasi dengan Pekerjaan

Motivasi	Pekerjaan						Total	
	Pegawai Negeri		Wiraswasta		Tidak Bekerja			
	F	%	F	%	F	%	F	%
Variasi Jasa	23	19,2%	44	36,7%	8	6,7%	75	62,5%
Fasilitas & Pelayanan	5	4,2%	4	3,3%	1	0,8%	10	8,3%
Ketepatan Polis	1	0,8%	4	3,3%	1	0,8%	6	5%
Premi	2	1,7%	5	4,2%	2	1,7%	9	7,5%
Proses Klaim	8	6,7%	10	8,3%	2	1,7%	20	16,7%
Total	39	32,5%	67	55,8%	14	11,7%	120	100%

Sumber : Data primer yang diolah.

Table 4.13 di atas menunjukkan bahwa kelompok responden terbanyak dalam penelitian ini pekerjaannya adalah wiraswasta yaitu sebanyak 55,8%. Motivasi konsumen tertinggi terhadap keputusan menjadi nasabah sukarela asuransi kecelakaan diri berdasarkan pekerjaan adalah variasi jasa, yaitu sebanyak 19,2%.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program *SPSS for Windows Release 11.0* dapat diketahui besarnya chi square (χ^2) sebesar 4,050. Dengan derajat kebebasan (df) sebesar 8 diperoleh nilai χ^2 tabel sebesar 15,507. Dengan

demikian nilai χ^2 hitung lebih kecil dari nilai χ^2 tabel ($4,050 < 15,507$) yang artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah suka rela asuransi kecelakaan diri PT. Jasaraharja Putera perwakilan Tasikmalaya ditinjau dari jenis pekerjaannya.

4.3.1.3. Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Suka Rela Asuransi Kecelakaan Diri Berdasarkan Usia

Hasil proses crosstab antara atribut motivasi dengan usia, seperti terlihat pada tabel 4.14.

Tabel 4.14.
Crosstab antara Atribut Motivasi dengan Usia

Motivasi	Usia						Total	
	< 30 Tahun		31-40 Tahun		>40 Tahun		F	%
	F	%	F	%	F	%		
Variasi Jasa	15	12,5%	37	30,8%	23	19,2%	75	62,5%
Fasilitas & Pelayanan	1	0,8%	6	5%	3	2,5%	10	8,3%
Ketepatan Polis	2	1,7%	4	3,3%	0	0%	6	5%
Premi	3	2,5%	4	3,3%	2	1,7%	9	7,5%
Proses Klaim	6	5%	7	5,8%	7	5,8%	20	16,7%
Total	27	22,5%	58	48,3%	35	29,2%	120	100%

Sumber : Data primer yang diolah.

Table 4.14 di atas menunjukkan kelompok responden terbanyak dalam penelitian ini berusia antara 31 – 40 tahun, yaitu sebanyak 48,3%. Motivasi konsumen tertinggi terhadap keputusan menjadi nasabah sukarela asuransi kecelakaan diri berdasarkan usia adalah variasi jasa, yaitu sebanyak 12,5%.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program *SPSS for Windows Release 11.0* dapat diketahui besarnya chi square (χ^2) sebesar 5,856. Dengan derajat kebebasan (df) sebesar 8 diperoleh nilai χ^2 tabel sebesar 15,507. Dengan demikian nilai χ^2 hitung lebih kecil dari nilai χ^2 tabel ($5,856 < 15,507$) yang artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah suka rela asuransi kecelakaan diri PT. Jasaraharja Putera perwakilan Tasikmalaya ditinjau dari usia.

4.3.1.4. Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Suka Relasi Asuransi Kecelakaan Diri Berdasarkan Penghasilan

Hasil proses crosstab antara atribut motivasi dengan penghasilan, seperti terlihat pada tabel 4.15.

Tabel 4.15.
Crosstab antara Atribut Motivasi dengan Penghasilan

Motivasi	Penghasilan								Total	
	< Rp 1.000.000		Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000		Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000		> Rp 5.000.000			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Variasi Jasa	16	13,3%	22	18,3%	25	20,8%	12	10%	75	62,5%
Fasilitas & Pelayanan	4	3,3%	5	4,2%	0	0%	1	0,8%	10	8,3%
Ketepatan Polis	0	0%	5	4,2%	1	0,8%	0	0%	6	5%
Premi	3	2,5%	2	1,7%	1	0,8%	3	2,5%	9	7,5%
Proses Klaim	6	5%	3	2,5%	5	4,2%	6	5%	20	16,7%
Total	29	24,2%	37	30,8%	32	26,7%	22	18,3%	120	100%

Sumber : Data primer yang diolah.

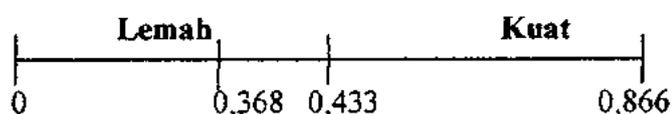
Tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa kelompok responden terbesar dalam penelitian ini berpenghasilan antara Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 30,8%. Motivasi konsumen tertinggi terhadap keputusan menjadi nasabah sukarela asuransi kecelakaan diri berdasarkan penghasilan adalah variasi jasa, yaitu sebanyak 13,3%.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program *SPSS for Windows Release 11.0* dapat diketahui besarnya chi square (χ^2) sebesar 21,053. Dengan derajat kebebasan (df) sebesar 12 diperoleh nilai χ^2 tabel sebesar 21,026. Dengan demikian nilai χ^2 hitung lebih besar dari nilai χ^2 tabel ($21,053 > 21,026$) yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah sukarela asuransi kecelakaan diri PT. Jasaraharja Putera perwakilan Tasikmalaya ditinjau dari penghasilan.

Untuk menilai kuat atau tidaknya pengaruh tersebut dilakukan dengan melihat nilai koefisien kontingensi (KK) yang dibandingkan dengan koefisien kontingensi maksimum (KK maks). Besarnya KK maks adalah :

$$KK_{maks} = \sqrt{\frac{4-1}{4}} = 0,866$$

Hasil perhitungan koefisien kontingensi diketahui harga KK sebesar 0,368 (dilihat dalam lampiran), sedangkan nilai KK maks sebagai nilai pembanding sebesar 0,866. Perbandingan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh motivasi konsumen terhadap atribut variasi jasa asuransi kecelakaan diri berdasarkan penghasilannya lemah. Keterangan dalam gambar:



Berdasarkan hasil analisis chi square dapat diperoleh rangkuman hasil perhitungan dalam tabel berikut :

Tabel 4.16.
Rangkuman Hasil Perhitungan Chi Square

Motivasi	X² hitung	dF	X² table	Kesimpulan
Jenis Kelamin	1,365	4	9,488	Tidak Signifikan
Pekerjaan	4,050	8	15,507	Tidak Signifikan
Usia	5,856	8	15,507	Tidak Signifikan
Penghasilan	21,053	12	21,026	Signifikan

Sumber : Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan pengaruh motivasi yang signifikan konsumen berdasarkan karakteristiknya (jenis kelamin, pekerjaan, usia dan penghasilan) terhadap atribut jasa asuransi kecelakaan diri (variasi jasa, fasilitas dan pelayanan, premi, proses klaim dan ketepatan polis) pada PT. Asuransi Jasa Raharja Putera Cabang adalah penghasilan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian mengenai pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah sukarela asuransi kecelakaan diri PT. Jasa Raharja Putera Cabang Tasikmalaya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil uji chi square dapat diketahui bahwa pengaruh motivasi yang signifikan konsumen berdasarkan karakteristiknya (jenis kelamin, pekerjaan, usia, dan penghasilan) terhadap atribut jasa asuransi kecelakaan diri (variasi jasa, fasilitas dan pelayanan, premi, proses klaim, dan ketepatan polis) PT. Jasaraharja Putera Perwakilan Tasikmalaya hanya terdapat pada tingkat penghasilan, sedangkan pada jenis kelamin, pekerjaan, dan usia tidak terdapat pengaruh yang signifikan.
2. Motivasi yang paling dominan dalam membuat keputusan menjadi nasabah sukarela asuransi kecelakaan diri PT. Jasaraharja Putera Perwakilan Tasikmalaya adalah terdapatnya bermacam variasi jasa.
3. Sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki sebanyak 67,5% (81 orang) dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 55,8% (67 orang), dan berusia antara 31 – 40 tahun sebanyak 55,8% (58 orang).

5.2.Saran

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan dan kesimpulan di atas maka penulis mencoba memberikan saran yang sekiranya bermanfaat. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen memiliki motivasi yang paling dominan dalam keputusannya menjadi nasabah sukarela asuransi kecelakaan diri PT. Jasaraharja Putera adalah terdapatnya bermacam variasi jasa. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan hal tersebut dengan meningkatkan inovasi segala jenis pelayanan atau jasa yang baru sesuai dengan kebutuhan konsumen yang kian hari kian beragam dan kompleks.
2. Dengan diketahuinya pengaruh motivasi yang signifikan konsumen berdasarkan karakteristiknya terhadap atribut jasa asuransi kecelakaan diri pada tingkat penghasilan maka perusahaan harus memperhatikan dan mengolah hal tersebut sehingga akan mampu meningkatkan motivasi konsumen untuk menjadi nasabah sukarela asuransi kecelakaan diri. Misalnya dengan pembayaran atau besarnya premi disesuaikan dengan kemampuan nasabahnya, membedakan jenis asuransi berdasarkan jumlah premi (gold,silver,umum)