

**PENGARUH KEPERCAYAAN PESERTA PENGAJUAN KLAIM
TERHADAP KEPUTUSAN KLAIM DANA SANTUNAN PT JASA
RAHARJA (PERSERO) PERWAKILAN TK 1 MEDAN**

SKRIPSI

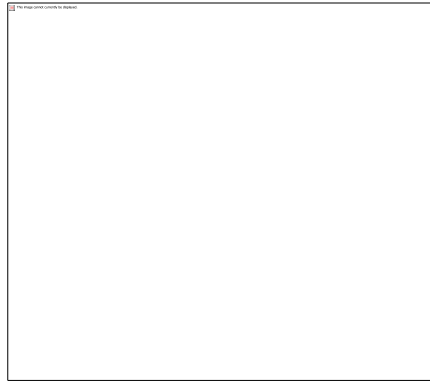
Disusun Oleh:

Emi Malina

NIM. 55154038

Program Studi

ASURANSI SYARIAH



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

MEDAN

2019

**PENGARUH KEPERCAYAAN PESERTA PENGAJUAN KLAIM
TERHADAP KEPUTUSAN KLAIM DANA SANTUNAN PT JASA
RAHARJA (PERSERO) PERWAKILAN TK 1 MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
pada Jurusan Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Disusun Oleh:

Emi Malina

NIM. 55154038

Program Studi
ASURANSI SYARIAH



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2019 M/1440 H**

SURAT PERYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Emi Malina

Nim : 55154038

Tempat/tgl.lahir : Kutacane, 05 Oktober 1996

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Jl Perjuangan Pancing No.180A

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH KEPERCAYAAN PESERTA PEGAJUAN KLAIM TERHADAP KEPUTUSAN KLAIM DANA SANTUNAN PT JASA RAHARJA (PERSERO) PERWAKILAN TK 1 MEDAN”**

asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan. Juli 2019

Yang Membuat Pernyataan

Emi Malina

PERSETUJUAN

Sksripsi Berjudul:

**PENGARUH KEPERCAYAAN PESERTA PENGAJUAN KLAIM
TERHADAP KEPUTUSAN KLAIM DANA SANTUNAN PT JASA
RAHARJA (PERSERO) PERWAKILAN TK 1 MEDAN**

Oleh:

EMI MALINA

Nim. 55154038

Dapat Di setuju Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Program Studi Asuransi Syariah

Medan, 15. Juli 2019

Pembimbing I

Sri Ramadhani, SE,MM
NIP.197510152005012004

Pembimbing II

Muhammad Syahbudi, S,E,I,MA
NIB.1100000094

Mengetahui

Ketua Jurusan Asuransi Syariah

Yusrizal, SE, M.Si

NIP. 197505222009011006

ABSTRAK

Emi Malina, Nim 55154038 “Pengaruh Kepercayaan Peserta Pengajuan Klaim Terhadap Keputusan Klaim Dana Santunan PT Jasa Raharja (Persero) Perwakilan TK 1 Medan”.

Penelitian Ini Bertujuan Untuk Mengetahui Pengaruh Kepercayaan Peserta Pengajuan Klaim Terhadap Keputusan Klaim Dana Santunan Pt Jasa Raharja (Persero) Perwakilan TK 1 Medan, Dengan Jumlah Populasi 22,627 Peserta Dengan Teknik Pengambilan Sampel Dengan Menggunakan *Purposive Sampling*. Teknik Pengambilan Data Yang Digunakan Adalah Melalui Kuisisioner Yaitu Dengan Cara Menyebar Kuisisioner. Uji Prasyarat Analisis Meliputi Uji Normalitas. Teknik Analisis Data Dengan Menggunakan Uji t, Regresi Linear Sederhana Dan Uji Koefisien Determinan. Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Terdapat Pengaruh Positif Dan Signifikan Kepercayaan Terhadap Keputusan Dana Klaim Santunan PT Jasa Raharja (Persero) Perwakilan TK 1 Medan, Dengan $T_{hitung} 8,887 > T_{tabel} 1,66123$ Dan Nilai Signifikansinya Lebih Kecil Dari 0,05 Yaitu 0,000.

Kata Kunci: Kepercayaan Dan Keputusan Klaim Dana Santunan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT. Karena berkat dan rahmat dan karunia-Nya skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Peserta Pegajuan Klaim Terhadap Keputusan Klaim Dana Santunan Pt Jasa Raharja (Persero) Perwakilan Tk 1 Medan” ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Shalawat berangkaikan salam keharibaan Nabi besar Muhammad Saw. Mudah-mudahan kita mendapatkan syafaatnya di yaumul akhir kelak, amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari segi penulisan maupun dari segi materi. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Asuransi Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Saidurrahman, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dan pembimbing akademik
3. Bapak Yusrizal, SE,M,Si selaku Ketua Jurusan Asuransi Syariah, dan Bapak Fauzi Arif Lubis, MA selaku sekretaris Jurusan Asuransi Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Penasehat Akademik Ibu Tuti Anggraini, MA selalu PA saya yang sangat baik hati, ibu yang tidak pernah marah, selalu memberikan nasehat dan bimbingan kepada saya
5. Orang tuaku yang tercinta dan tersayang, Ayahanda Jailani Ibunda Selamah, Kakak ku Ema Malini selaku kembaran ku, adik-adiku Mala Niara, Wanda Parhan Aulia S yang telah memberikan kasih sayang, do'a dan dukungannya selalu kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

6. Orang tuaku yang tercinta dan tersayang, Pak Apun (Adnan Hutapea, SE) Apun (Rukimah, Spd.i) Pak Ayank (Dayattulah SE) Mak Ayank (Sariani) yang telah memberikan nasehat, masukan, do'a dan dukungannya selalu kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Sri Ramadhani, SE, MM selaku pembimbing I, yang sangat-sangat baik sekali, mempermudah penulis, serta memberikan masukan dan motivasi. Dan bersedia memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi
8. Bapak Muhammad Syahbudi, SE, I, MA selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi. Bapak yang sangat-sangat luar biasa bagi penulis, mau memberikan masukan yang sangat luar biasa kepada penulis, bapak yang kalo sering di tanyak penulis tidak pernah marah. Pokok nya bapak TerBest dan luar biasa
9. Kepada seluruh dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah membantu saya dalam perkuliahan.
10. Kepada Bapak Gannis, Selaku Pimpinan Yang di Jasa Rahrja (Persero) yang sangat baik terhadap kami peserta Magang yang memang sebelumnya magang, sekaligus penelitian yang selalu memberikan motivasi kepada kami
11. Pak Jenius, yang sangat-sangat baik, humble, sering mendengar keluhan kami, sering memberikan masukan, sering memberikan motivasi, pokoknya terBest buat pak jenius yang sangat baik sekali
12. Pak Erianto, yang selalu memberikan hiburan, memberikan masukan pokok nya bapak juga sangat baik sekali kepada kami

13. Buk Shinta yang memang suka marah sama kami, walupun sebenarnya buk sinta sangat baik kepada kami dan mau menerima kami dengan baik. Serta semua pegawai di Kantor Jasa Raharja yang tidak dapat disebutkan satu-persatu intinya terima kasih banyak telah memberikan motivasi dan semangat
14. Kepada kakak ku Tersayang Lisa Elianti Nasution, SE yang selalu memberikan dukungan, motivasi, walupun kakak sering kami kaco dalam segala hal, pokoknya kaka terBest dalam semua Hal kak dan tidak bisa di sebutkan lagi satu-satu, kalau disebutkan bisa lebih banyak dari pada halaman skripsi ini kak hahahahaha
15. Sahabat-sahabat ku Tersayang serta seperjuangan dari awal masuk kuliah semester 1 yang selalu memberikan masukan positif bagi penulis, becanda bareng, banyak cerita yang di tuliskan dalam setiap hari perkuliahan Devi Arjun, Lilis Pujianti, Maya Sirait, Sri Rahayu, Reza Abeng Ramadhan Nasution, Mustafa Husein, M. Asyari Alana, dan Satrio Wibowo (Kejora)
16. Teman satu PS ku Kembaran ku sendiri Ema Malini, serta seperjuangan Ku Erlina Sari Harahap begitu banyak kisah selama pembuatan skripsi yang kita lalui
17. Teman Seperjuangan Amanta Barqah Hidayatulah Harahap Yang selalu mau memberikan Informasi tanpa di duga serta tidak pelit akan apa yang ia dapatkan dan selalu mau berbagi
18. Teman-teman seperjuangan Asuransi Syariah-B (ASR-B), terima kasih atas kebersamaannya yang singkat pada 2015-2019.
19. Mahrum Ahmad Yani dan Tanti Dwi Hariayanti udah seperti adik kandung sendiri yang sangat baik sekali kepada penulis
20. Teman-teman kos perjuangan 180A yang selalu memberikan dukungan moril dan semangat

21. Teman- teman seperjuangan Magang Ku (Ema Malini, Eka Leviana, Ismaidar, Junita Nasution) yang selalu mendengarkan curhatan serta memberikan dukungan moril
22. Helma Safriani teman dari SMK yang sangat memberikan motivasi kepada penulis
23. Teman teman Squad Nine Ku Ema Malini, Khairunnisa, Puja Kusuma, dan Survia Ningsih Yang Amat Baik sekali kepada Penulis
24. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Atas segala bantuan dan jasa mereka penulis tidak dapat membalasnya selain dengan doa semoga Allah SWT selalu menyertai langkah dan melimpahkan berkah dan Rahmad-NYA kepada mereka semua.

Penulis telah berusaha sebaik mungkin untuk menyelesaikan skripsi ini dan penulis menyadari masih banyaknya kekurangan yang diperbaiki lagi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan dimasa yang akan datang. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Medan,....Juli 2019

Penulis

EMI MALINA

DAFTAR ISI

LEMBARAN PERSETUJUAN	i
ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR GRAFIK	vi
 BAB I PENDAHULUAN	
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah	5
3. Batasan Masalah	5
4. Perumusan Masalah	5
5. Tujuan Penelitian	5
6. Manfaat Penelitian	6
 BAB II KAJIAN TEORITIS	
1. Kepercayaan	7
1. Pengertian Kepercayaan	7
2. Kepercayaan Dalam Perspektif Islam	9
3. Dimensi Kepercayaan	11
4. Indikator Kepercayaan	13
5. Faktor-Faktor Mempengaruhi Kepercayaan	15
6. Keputusan	16

1. Pengertian Keputusan	16
2. Keputusan Dalam Perspektif Islam	19
3. Dimensi Keputusan	21
4. Indikator Keberadaan	22
5. Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan	23
6. Penelitian Terdahulu	24
7. Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN

1. Pendekatan Penelitian	28
2. Lokasi Dan Waktu Penelitian	28
3. Populasi Dan Sampel	28
4. Jenis Data Sumber Data	30
5. Teknik Pengumpulan Data	31
6. Defenisi Operasional	31
7. Teknik Analisis Data.....	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Jasa Raharja (Persero)	37
1. Sejarah Jasa Raharja (Persero)	37
2. Logo perusahaan, visi dan misi	37

3. Struktur Organisasi	37
4. Hasil Penelitian	41
1. Identifikasi Responden	49
2. Uji Kualitas Data	49
1. Uji Validitas	53
2. Uji Reabilitas	53
3. Uji Regresi Linear Sederhana	54
4. Uji Statistik	57
1. Pengujian Secara Parsial (uji-t)	57
2. Uji koefisien R ²	58
3. Pembahasan Penelitian	59

BAB V PENUTUP

1. Kesimpulan	62
2. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Peserta Klaim Dana Santunan Tahun 2015-2018	3
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert	32
Tabel 3.2 Defenisi Operasioal	32
Tabel 4.1 Identifikasi Responden Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Responden Menurut Usia	49
Tabel 4.3 Pengujian Validitas Kepercayaan	50
Tabel 4.4 Reabilitas Kepercayaan	51
Tabel 4.5 Pengujian Validitas Keputusan	52
Tabel 4.6 Reabilitas Keputusan	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	56
Tabel 4.9 Hasil Uji t (Parsial)	57
Tabel 4.10 Hasil Uji R ²	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	48
Gambar 4.2 Uji Normalitas	55

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Jumlah Peserta Klaim Jasa Raharja (Persero)	4
--	---

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan meningkatnya perkembangan zaman, maka meningkat pula segala kegiatan manusia untuk memenuhi keperluannya. Salah satu diantaranya adalah kebutuhan angkutan. Kini semakin mudah orang berpergian dari satu tempat ke tempat lainnya dengan cepat. Hampir tidak ada lagi tempat-tempat yang tidak terjangkau oleh hadirnya alat-alat angkutan yang semakin meningkat. Pada gilirannya keadaan ini sangat menunjang pertumbuhan pembangunan khususnya dibidang perekonomian.

Namun demikian tidak dapat dihindari dampak dari kemajuan tersebut yakni timbulnya kecelakaan-kecelakaan yang diakibatkan kendaraan bermotor, penumpang umum serta kendaraan bermotor lainnya. Berangkat dari situasi inilah, maka pemerintah berupaya melindungi, masyarakat dengan jalan memberikan jaminan social berupaya dana santunan kepada masyarakat yang menjadi korban kecelakaan penumpang umum dan lalu lintas jalan.

Dalam pemberian jaminan tersebut, pemerintah memberi kepercayaan kepada PT. Jasa Raharja (Persero) untuk mengelola dana pertanggung jawaban kecelakaan penumpang sekaligus sebagai penyelenggara. Pelaksanaan pemberian jaminan tersebut tertuang dalam undang-undang No. 33 tahun 1964 tentang dana pertanggung jawaban kecelakaan penumpang dengan peraturan pemerintah No. 17 tahun 1965 dan undang-undang No. 34 tahun 1964 tentang dana santunan kecelakaan lalu lintas jalan dengan peraturan pemerintah no. 18 tahun 1965 sebagai ketentuan-ketentuan pelaksanaanya.¹

¹Buku Panduan Manual Administrasi Bidang Pelayanan Jasa Raharja, (Penerbit Jakarta Balai Pustaka, 2014). h 214

Undang-undang nomor 33 tahun 1964 memuat peraturan-peraturan mengenai iuran wajib tiap penumpang yang sah dari kendaraan bermotor umum, yang harus dipenuhi melalui pengusaha/pemilik angkutan yang bersangkutan guna menutup keuangan yang disebabkan oleh kecelakaan penumpang dalam perjalanan. Jika undang-undang nomor 33 tahun 1964 memberikan ketentuan-ketentuan mengenai iuran wajib bagi penumpang kendaraan umum, undang-undang nomor 34 1964 memuat peraturan-peraturan yang khusus ditujukan kepada kecelakaan korban mati atau cacat akibat kecelakaan yang disebabkan oleh suatu alat angkutan diluar lalu lintas dan angkutan jalan akan bersumberkan dari dana iuran wajib yang dibayar oleh setiap pengusaha angkutan umum setiap tahunnya dengan pengecualian kendaraan ambulance, kereta jenazah, dan pemadam kebakaran. 2

Untuk memperoleh santunan tersebut PT jasa Raharja (Persero) memiliki sistem dan prosedur pembayaran klaim yang telah diatur perusahaan. Korban atau ahli waris yang ingin mengajukan klaim terlebih dahulu harus melengkapi syarat pengajuan klaim yang telah ditetapkan. Setelah syarat dilengkapi, korban atau ahli waris mengajukan berkas ke bagian pelayanan. Nantinya kepala sub bagian pelayanan akan melakukan pengecekan untuk memastikan kelengkapan berkas. Tidak hanya pengecekan kelengkapan berkas, untuk memastikan kebenaran kejadian dan agar tidak terjadi penipuan kepala sub bagian administrasi pelayanan juga akan melakukan penelitian tersebut.

Kepercayaan peserta pada perusahaan hanya dapat diperoleh bila perusahaan dapat menciptakan dan mempertahankan hubungan emosional yang positif dengan peserta. Hubungan emosional yang positif ini harus dibangun selama jangka waktu yang tidak pendek namun harus dilakukan secara konsisten

dan persiten. Menurut Morling menyatakan bahwa populasi dan kepercayaan terhadap suatu perusahaan dapat memberikan rasa prestige dan bangga kepada pesertanya terhadap apa yang di dapat menjadi hal yang utama menjadi pertimbangan peserta terhadap perusahaan tersebut.

Dalam prakteknya, pembayaran klaim asuransi seringkali terbentur banyak kendala sehingga pembayaran klaim tersebut sulit diterima oleh pihak korban/ahli waris akan syarat-syarat yang mesti diajukan serta kurangnya sosialisasi dari pihak PT. Jasa Raharja (Persero) kepada masyarakat luas. Dilain hal, pihak instansi pemerintah seperti kelurahan kecamatan yang mengeluarkan KTP, surat keterangan ahli waris, kartu keluarga terkadang juga mempersulit masyarakat baik itu untuk memperoleh atau melegalisir dokumen tersebut. Sehingga proses pengajuan klaim waktu yang lama.

Selain itu tidak hanya dari pihak korban atau ahli waris dan instansi pemerintah, kendala juga ditemukan pada Mitra PT. Jasa raharja (Persero) yakni pihak polisi dan pihak rumah sakit. Ada beberapa pihak yang sangat sulit mengeluarkan tanda bukti kwitansi pelunasan pembayaran klaim. Lain halnya pada pihak polisi sehingga takut untuk melaporkan kasus kecelakaan. Padahal syarat utama untuk pengajuan klaim adalah surat keterangan kecelakaan lalu lintas dari polisi setempat.³

Disaat semua berkas sudah lengkap dan telah diajukan oleh pihak korban atau ahli waris, masih ada kendala yang dihadapi dalam pengajuan berkas. Kendala tersebut dialami oleh PT. Jasa Raharja selaku pemberi santunan. Salah satu kendala yang mungkin saja terjadi hilang atau tercecernya berkas korban si A dengan si B. walaupun kendala diata jarang terjadi, namun jika terjadi maka akan memperlambat proses pemberian dana santunan dan membuat pihak korban atau ahli waris kecewa terhadap pelayanan pihak perusahaan

³Link. <http://www.JasaRaharja.co.id> tentang jasa raharja, layanan, dan tata kelola, 2014 PT. Jasa Raharja (Persero)

Tabel 1.1**Jumlah Peserta Klaim Dana Santunan Tahun 2015-2018**

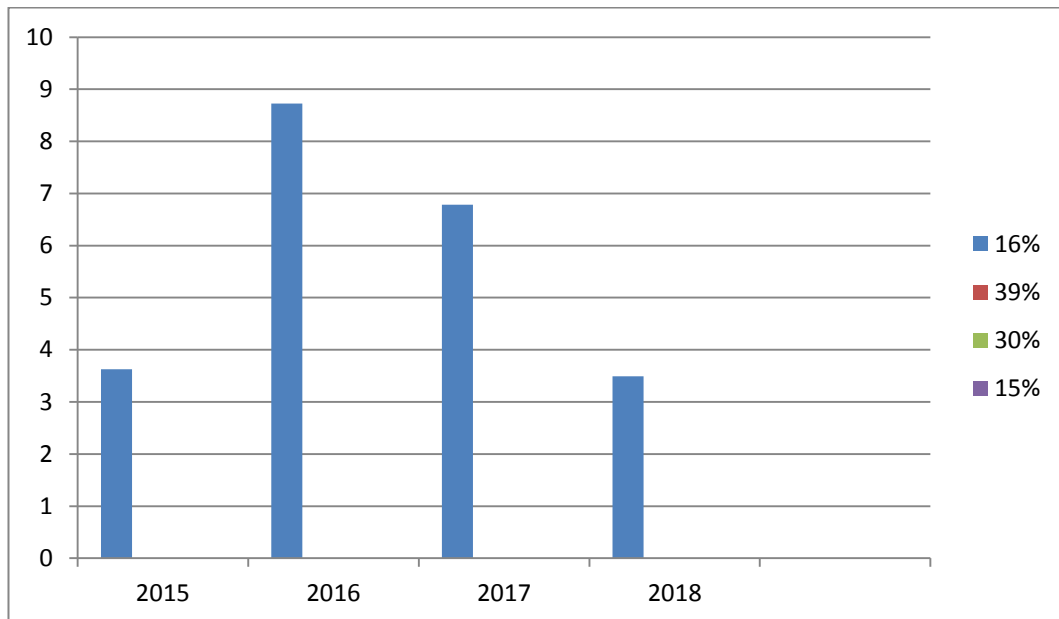
No	Tahun	Peserta Klaim	Persentase (%)
1	2015	3,624 Peserta	16%
2	2016	8,728 Peserta	39%
3	2017	6,784 Peserta	30%
4	2018	3,491 Peserta	15%

Sumber PT. Jasa Raharja (Persero) Perwakilan TK 1 Medan

Jumlah peserta klaim pada tahun 2015 mencapai 16% dan di tahun 2016 terjadi peningkatan peserta klaim yaitu 39% , pada tahun berikutnya yaitu pada tahun 2017 terjadi peningkatan kembali peserta klaim yaitu 30% akan tetapi pada tahun 2018 terjadi penurunan sebesar 15%.

Grafik 1.1

Jumlah Peserta Klaim Jasa Raharja (Persero)



Jumlah peserta klaim pada tahun 2015 mencapai 16% dan di tahun 2016 terjadi peningkatan peserta klaim yaitu 39% , pada tahun berikutnya yaitu pada tahun 2017 terjadi peningkatan kembali peserta klaim yaitu 30% akan tetapi pada tahun 2018 terjadi penurunan sebesar 15%.

Untuk mengatasi semua permasalahan diatas, diperlukan sebuah sistem dan prosedur yang baik. Mulai dari prosesnya sampai dokumen-dokumen yang digunakan harus benar. Sehingga jika sistem dan prosedur telah berjalan dengan baik, maka akan tercapailah visi perusahaan yaitu menjadi perusahaan terkemuka di bidang asuransi dengan mengutamakan penyeleggara program asuransi social dan asuransi wajib sejalan dengan kebutuhan masyarakat.

Maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kepercayaan Peserta Pengajuan Klaim Terhadap Keputusan Klaim Dana Santunan Pada PT. Jasa Raharja (Persero) TK. 1 Medan** ”

Untuk menghindari ruang lingkup yang terlalu luas dan kekaburan dalam penelitian, maka peneliti merasa perlu membatasi masalah yang akan diteliti.

Adapun yang akan peneliti kemukakan ialah bagaimana pengaruh kepercayaan peserta pengajuan klaim terhadap keputusan klaim dana santunan pada Pt. jasa raharja (persero) Tk. 1 Medan.

2. Identifikasi Masalah

Sesuai dengan judul dan latar belakang masalah yang diangkat oleh peneliti, maka yang akan menjadi identifikasi masalah pada penelitian ini adalah :

1. Menurunnya kepercayaan peserta pengajuan klaim terhadap PT. Jasa Raharja (Persero) Tk 1 Medan
2. Meningkatnya kepercayaan peserta pengajuan klaim terhadap PT. Jasa Raharja (Persero) Tk 1 Medan

3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang terdapat dalam penelitian ini, maka peneliti membatasi masalah hanya dengan menggunakan 2 faktor yaitu kepercayaan peserta pengajuan klaim terhadap keputusan klaim dana santunan pada PT. Jasa Raharja (Persero) Tk. 1 Medan, seberapa besar pengaruh meningkatnya kepercayaan peserta pengajuan klaim terhadap PT. Jasa Raharja (Persero) Tk 1 Medan

4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian adalah:

1. Apakah kepercayaan peserta pengajuan klaim berpengaruh terhadap keputusan klaim dana santunan santunan pada PT. Jasa Raharja?
2. Apakah menurunnya kepercayaan peserta pengajuan klaim berpengaruh terhadap keputusan klaim dana santunan PT Jasa Raharja (Persero) Perwakilan Tk 1 Medan?

3. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian memiliki tujuan masing-masing atas apa yang akan diteliti. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. untuk mengetahui pengaruh kepercayaan peserta pengajuan klaim terhadap keputusan klaim dana santunan pada PT. Jasa Raharja (Persero) Tk 1 medan.
2. Untuk mengetahui menurunnya kepercayaan peserta klaim berpengaruh terhadap keputusan klaim dana santunan PT Jasa Raharja (Persero) Tk 1 Medan.

3. Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat atau kegunaan diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan serta keterampilan dalam penyusunan karya ilmiah khususnya yang berkaitan dengan judul yang sedang diteliti oleh peneliti.

2. Bagi Akademisi

Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk perkembangan karya ilmiah dimasa yang akan datang khususnya yang terkait dengan judul yang diteliti.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

1. Kepercayaan

1. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan peserta adalah pengetahuan peserta mengenai suatu objek, atributnya, dan manfaatnya. Berdasarkan konsep tersebut, maka pengetahuan peserta sangat terkait dengan pembahasan sikap karena pengetahuan peserta adalah kepercayaan peserta. Kepercayaan peserta atau pengetahuan peserta menyangkut kepercayaan suatu produk memiliki berbagai atribut, dan manfaat dari berbagai atribut tersebut⁴

Menurut Simamora, kepercayaan adalah suatu pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu, kepercayaan dapat berupa pengetahuan, pendapat atau sekedar percaya⁵.

Secara umum defenisi kepercayaan berkenaan dengan adanya kepercayaan oleh pihak pertama (*one party*) kepada pihak kedua (*another party*) bahwa pihak kedua akan berperilaku yang menyebabkan mendatangkan hasil yang positif kepada pihak pertama. Oleh karena itu, substansi defenisi kepercayaan adalah kejujuran partner. Yang mencakup kepercayaan pihak pertama kepada partnernya bahwa partnernya akan memenuhi janji-janjinya yang diikrarkan, dan kepercayaan adalah *binovelen* dari partner yang berkenaan dengan sejauh mana

⁴ Ujang Suwarwan, *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*.

(Ghalia Indonesia Bogor, 2011) h. 165-166

⁵ Simamora, *Keputusan Kepercayaan (Gramedia Indonesia, 2005) h. 24*

pihak pertama percaya bahwa pihak kedua benar-benar tertarik kepada kesejahteraan *welfare* kepada pihak pertama. Oleh karena itu, kepercayaan peserta terhadap perusahaan mencakup tentang bagaimana perusahaan tersebut berperilaku seperti kejujuran, integritas, kapabilitas, konsistensi, dan berbagai performa lainnya merupakan hal-hal yang membentuk kepercayaan peserta.

Trust secara umum dapat diartikan sebagai kepercayaan kepada pihak lain dikarenakan pihak tersebut dapat dipercaya. Seseorang atau perusahaan dapat dipercaya karena mempunyai integritas yang tinggi yang dihubungkan dengan kualitas seperti konsisten, berkompeten, jujur, adil, bertanggung jawab, sangat menolong, dan baik hati (kebajikan).⁶

Menurut Mowen dan Minor menjelaskan bahwa kepercayaan peserta adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh peserta dan semua kesimpulan yang dibuat peserta tentang objek, atribut dan manfaatnya. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap. Atribut adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek. Sedangkan manfaat adalah hasil positif yang tidak diberikan peserta. Kepercayaan secara umum dipandang sebagai unsur mendasar bagi keberhasilan *relationship*. tanpa adanya kepercayaan, suatu *relationship* tidak akan bertahan dalam jangka waktu yang panjang.⁷

⁶ Mowen Dan Minor. *Peran Karakteristik Individu Sebagai Moderator Pengaruh Kepuasan Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas (Studi Pada Peserta) Jurnal Sosial Dan Budaya* (Vol Nomor 2 Desember 2011), h. 157-170

⁷ Nurul Widyawati *Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Jurnal Ekita* 12, 2008 h. 74-96

Sikap peserta adalah factor penting yang akan mempengaruhi keputusan terhadap informasi suatu produk. Konsep sikap terkait dengan konsep kepercayaan dan perilaku. Istilah pembentukan sikap peserta seringkali menggambarkan hubungan antara kepercayaan, sikap, dan perilaku. Peserta biasanya memiliki kepercayaan terhadap atribut suatu produk yang mana atribut tersebut merupakan *image* yang melekat dalam produk tersebut⁸

Menurut Mowen dan Minor terdapat tiga jenis kepercayaan yaitu:

1. Kepercayaan atribut produk

Pengetahuan tentang sebuah objek memiliki sebuah atribut khusus yang disebut kepercayaan atribut objek. Kepercayaan atribut-objek menghubungkan sebuah atribut dengan objek, seperti seseorang, barang, atau jasa. Melalui kepercayaan atribut objek, peserta menyatakan apa yang diketahui tentang sesuatu dalam hal variasi atributnya

2. Kepercayaan manfaat atribut

Seseorang mencari produk dan jasa yang akan menyelesaikan masalah-masalah dan memenuhi kebutuhannya dengan kata lain memiliki atribut yang akan memberikan manfaat yang dapat dikenal. Hubungan antara atribut dan manfaat ini menggambarkan jenis kepercayaan kedua. Kepercayaan atribut manfaat merupakan persepsi peserta tentang seberapa jauh sebuah atribut tertentu menghasilkan, atau memberikan, manfaat tertentu.

3. Kepercayaan manfaat objek

Jenis kepercayaan ketiga dibentuk dengan menghubungkan objek dan manfaatnya. Kepercayaan manfaat objek merupakan persepsi peserta tentang

⁸ Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran*. Nora Media Enterprise, (Kudus 2010) h. 123

seberapa jauh produk, orang atau jasa tertentu yang akan memberikan manfaat tertentu⁹

4. Kepercayaan Dalam Perspektif Islam

Iman Al-Qusairi mengatakan bahwa kata *shadiq* orang yang jujur berasal dari kata *shadiq* kejujuran. Kata *shiddiq* adalah bentuk penekanan (*mubalaghah*) dari *shadiq* dan berarti orang yang mendominasi kejujuran. Dengan demikian, di dalam jiwa seseorang yang jujur itu terdapat komponen nilai ruhani yang memantulkan berbagai sikap yang berpihak kepada keberan dan sikap moral yang terpuji¹⁰

Perilaku yang jujur adalah perilaku yang diikuti oleh sikap tanggung jawab atas apa yang diperbuatnya tersebut atau integritas. Kejujuran dan integritas bagaikan dua sisi mata uang. Seseorang tidak cukup hanya memiliki keikhlasandan kejujuran, tetapi dibutuhkan juga nilai pendorong lainnya, yaitu integritas. Akibatnya, mereka siap meghadapi resiko dan seluruh akibatnya dia hadapi dengan gagah berani, kebanggaan, dan penuh suka cita dan tidak pernah terpikirkan untuk melemparkan tanggung jawabnya kepada orang lain¹¹

Jujur dan terpecaya (*amanah*) adalah akhlak yang harus ada dalam bisnis. *Amanah* artinya dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kresibel. Konsekuensi amanah adalah mengembalikan setiap hak kepada pemiliknya. Sedikit atau abnyak, tidak mengambil lebih banyak daripada yang ia miliki, dan tidak

⁹ *Ibid* h.79

¹⁰Toto Tasmara, Membudayakan Etos Kerja Islami. (Gema Insani Press. Jakarta 2002) h.80

¹¹ *Ibid* h. 81

mengurangi hak orang lain, baik berupa hasil penjualan, fee, jasa atau upa buruh¹²

Dalam Islam, hubungan antara kejujuran dan keberhasilan kegiatan ekonomi menunjukkan hal yang positif. Setiap yang didasarkan pada kejujuran akan mendapatkan kepercayaan pihak lain. Kepercayaan ini akan menambah nilai transaksi kegiatan bisnis dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan¹³

Pelaku bisnis yang jujur dan amanah akan dikumpulkan kelak diakhirat bersama para nabi, shiddiqin dan syuhada. Sedangkan mereka semua di akhirat tidak memiliki tempat melainkan di surga.

Sikap amanah sangat erat kaitannya dengan cara dirinya mempertahankan prinsip dan kemudian bertanggung jawab untuk melaksanakan prinsip-prinsipnya tersebut dengan tetap menjaga keseimbangan dan melahirkan nilai manfaat yang bersesuaian. Prinsip merupakan fitrah paling mendasar bagi harga diri manusia. Menunaikan amanah dengan sebaik-baiknya merupakan ciri seorang profesional¹⁴

Dalam kepercayaan terdapat dimensi *reliable*. Dimensi *reliable* (kehandalan) yang berkenan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan *reliable* apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen

¹² Herry Susanto Dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran* (Pustaka Setia Bandung, 2013) h. 69

¹³ Kwat Ismanto, *Manajemen Syariah Implementasi Dalam Lembaga Syariah, Pustaka Pelajar* (Yogyakarta, 2009) h. 35

¹⁴*Ibid* h. 294

terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Dalam konteks ini, Allah juga menghendaki setiap umatnya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا ۚ إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya : “Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.”(QS. An-Nahl 91)¹⁵

5. Dimensi Kepercayaan

Menurut Mc. Knight, Kacmar, dan Choudry, kepercayaan di bangun antara pihak-pihak yang belum saling mengenal baik dalam interaksi maupun proses transaksi. Mc Knight menyatakan bahwa ada dua dimensi kepercayaan peserta yaitu:¹⁶

1. *Trusting belief*

¹⁵ Kementerian Agama RI, Alquran dan Hadist Tafsirnya, Jakarta: Lentera Abadi 2010 h. 122

¹⁶ Mc Knight *Et Al The Impact Of Initial Consumer Trust On Intention To Transact With A (Website: A Trusting Building Model, Jurnal System Strategi Informasi 2002) h. 11*

Trusting belief adalah sejauh mana seseorang percaya dan merasa yakin terhadap orang lain dalam suatu situasi. *Trusting belief* adalah persepsi pihak yang percaya (peserta) terhadap pihak yang dipercaya (Perusahaan).

2. *Trusting Intention*

Trusting Intention adalah suatu hal yang disengaja dimana seseorang siap bergantung pada orang lain dalam situasi, ini terjadi secara pribadi dan mengarah langsung kepada orang lain. *Trusting intention* didasarkan kepercayaan kognitif seseorang kepada orang lain.

3. **Indikator Kepercayaan**

Kepercayaan didefinisikan sebagai keinginan untuk menggantungkan diri pada mitra bertukar yang dipercayai. Green yang dikutip oleh Fasochah menyatakan bahwa indikator kepercayaan adalah¹⁷ :

1. *Kredibilitas*

Kredibilitas berarti bahwa karyawan jujur dan kata-katanya dapat dipercaya. Kredibilitas harus dilakukan dengan kata-kata: saya mempercayai apa yang dikatakannya mengenai bentuk lain yang berhubungan adalah *believability* dan *truthfulness*.

2. *Reabilitas*

Realibilitas berarti sesuatu yang bersifat realible atau dapat diandalkan. Ini berarti berhubungan dengan kualitas individu/organisasi. Reabilitas harus

¹⁷ *Ibid h.11*

dilakukan dengan tindakan saya dapat mempercayai apa yang akan dilakukannya bentuk lain yang berhubungan adalah *predictability dan familiarty*

3. *Intimacy*

Kata yang berhubungan adalah integritas yang berarti karyawan memiliki kualitas sebagai karyawan yang memiliki prinsip moral yang kuat. Integritas menunjukkan adanya *internal consistency*, ada kesesuaian antara apa yang dikatakan dan dilakukan, ada konsistensi antara pikiran dan tindakan. Selain itu integritas menunjukkan adanya ketulusan¹⁸

Firdayanti bahwa kepercayaan ada ketika peserta memiliki keyakinan terhadap integritas, *benovelence, competency dan predictability*. Dijelaskan lebih rinci sebagai berikut:

1. Integritas adalah kejujuran dan kemampuan menepati janji dari pihak yang dipercaya. Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan peserta dalam menjalankan dapat dilihat dari sudut kewajaran pemenuhan kesetiaan keterus-terangan keterkaitan dan kehandalan.
2. Kebaikan hati adalah perhatian dan motivasi untuk bertindak sesuai dengan kepentingan peserta oleh penyedia jasa. Kebaikan hati merupakan kemauan peserta dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan peserta. Bukan semata-mata menjual profit maksimum semata, melainkan juga perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan peserta. Kebaikan hati meliputi, perhatian, empati, keyakinan, dan daya terima.

¹⁸ Fasochah *Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi*, (Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi) h. 1-22

3. *Competency* adalah kemampuan untuk melaksanakan kenutuhan dari peserta. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa peserta memperoleh kepuasan jaminan kepuasan dan kemandirian dari penjual dalam melakukan. *Competency* meliputi pengalaman, pengesahan institusional, dan kemampuan dalam ilmu pengetahuan
4. *Predictability* adalah konsistensi perilaku oleh penjual. Kemampuan penjual untuk memberikan kepastian sehingga peserta dapat mengantisipasi dan memprediksi.

5. Faktor-faktor Mempengaruhi Kepercayaan

Terdapat beberapa faktor dapat mempengaruhi kepercayaan seseorang menyatakan ada bahwa ada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen yaitu :

1. Perceived web vendor reputation

Reputasi merupakan suatu atribut yang diberikan kepada penjual berdasarkan pada informasi dari orang atau sumber lain. Reputasi dapat menjadi penting untuk membangun kepercayaan seorang peserta terhadap penjual karena peserta tidak memiliki pengalaman pribadi dengan penjual, reputasi dari mulut ke mulut yang dapat juga menjadi kunci ketertarikan peserta. Informasi positif yang didengar oleh peserta dapat mengurangi persepsi terhadap resiko dan ketidakamanan kepercayaan peserta. Hal ini dapat membantu meningkatkan kepercayaan peserta tentang kompetensi, benevolence, dan integritas pada peserta.

2. Perceived web site quality

Perceived web site quality yaitu persepsi akan kualitas dari Jasa Raharja. Tampilan Jasa Raharja juga dapat mempengaruhi kesan pertama yang terbentuk. Menurut wing field menampilkan website secara profesional mengindikasikan

bahwa Jasa Raharja tersebut kompeten dalam menjalankan operasionalnya. Tampilan website yang professional memberikan rasa nyaman kepada peserta, dengan begitu peserta dapat lebih percaya dan nyaman.

Menurut Mayer dalam Ainurrofiq faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu¹⁹:

1. Kemampuan, kepercayaan adalah ranah khusus, sehingga individu membutuhkan keyakinan akan seberapa baik seseorang memperlihatkan performanya. Faktor pengalaman dan pembuktian performanya akan mendasari munculnya kepercayaan orang lain terhadap individu.
2. Integritas, integritas terlihat konsistensi antara ucapan dan perbuatan dengan nilai-nilai dari seseorang. Kejujuran saja tidak cukup untuk menjelaskan tentang integritas, namun integritas memerlukan ketugan hati dalam menerima tekanan.
3. Kebaikan hati, kebaikan hati berkaitan dengan intensi (niat). Ada ketertarikan dalam diri seseorang ketika berinteraksi dengan orang lain. Hal tersebut akan mengarahkan akan mengarahkannya untuk memikirkan orang tersebut dan memberikan intensi untuk percaya atau tidak dengan orang tersebut.²⁰

19Ibid h 34

²⁰ Ainurrofiq. Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partispasi Pelanggan (*E-Commurce* Theis Universitas Brawijaya,2015) h. 34

4. Keputusan

1. Pengertian Keputusan

Keputusan merupakan hasil pemecahan dalam suatu masalah yang harus dihadapi dengan tegas. Dalam kamus besar ilmu pengetahuan pengambilan keputusan (*decision making*) didefinisikan sebagai pemilihan keputusan atau kebijakan yang didasarkan atas kriteria tertentu. Proses ini meliputi dua alternatif atau lebih karena seandainya hanya terdapat satu alternatif tidak akan ada satu keputusan yang akan diambil²¹ menurut J. Reason, pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternatif yang tersedia.²²

Keputusan adalah tahap-tahap aktivitas yang menghasilkan keputusan²³ dalam praktiknya pengambilan keputusan itu sangat tergantung pada individu yang membuat keputusan. Keputusan merupakan sarana atau alat untuk mencapai hasil tertentu atau untuk memecahkan masalah. Jadi, keputusan sendiri hanyalah sarana mencapai tujuan.

Menurut Schiffman dan Kanuk mendefinisikan bahwa “keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih dalam pemilihan keputusan peserta”. Ini artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan harus memilih beberapa alternatif yang ada. Selain itu definisi keputusan pembelian

²¹Degun M. Save Kamus Besar Ilmu Pengetahuan. (Jakarta Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara Lkp) h. 185

²² Reason, James . (*Humas Error Ashgate*, ISBN-18401-104) h. 2

²³ Fandi Tjipto & Anasia Diana, Total Quality Management, (Yogyakarta: Andi, 2003) h. 184

menurut Setiadi menyatakan bahwa “keputusan pembelian adalah hasil dari suatu hubungan yang saling mempengaruhi konsumen seperti faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis dalam membeli suatu produk²⁴”.

Inti dari pengambilan keputusan adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku. Dari penjelasan ini dapat disimpulkan bahwa semua perilaku sengaja didasarkan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu diantara tindakan alternatif yang ada.

Keputusan sering kali melibatkan dua pihak atau lebih. Menurut Suryani berpendapat bahwa umumnya ada lima peran individu dalam sebuah keputusan klaim, yaitu²⁵:

1. Pemrakarsa (*initiator*), yaitu orang yang pertama kali menyarankan ide untuk melakukan suatu klaim.
2. Pembawa pengaruh (*influencer*), yaitu orang yang memiliki pandangan atau nasihat yang mempengaruhi keputusan
3. Pengambil keputusan (*decider*), yaitu orang yang menentukan keputusan klaim.

²⁴ *Ibid* h.2

²⁵ Suryani, *Perilaku Konsumendi Era Internet*, Yogyakarta, (Graha Ilmu Y.B Anang) Jakarta Pt. Gramedia 2010, h. 122

4. Klaim, yaitu orang yang melakukan klaim secara nyata.
5. Pemakai (*user*), yaitu orang yang mengklaim.

Sebuah perusahaan perlu mengenal peranan tersebut karena semua peranan mengandung implikasi guna merancang peserta, menentukan pesan dan mengalokasikan biaya anggaran promosi serta membuat program pemasaran yang sesuai dengan pembeli.

Jadi dari penjelasan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwasannya keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli suatu produk dengan memilih beberapa alternatif yang ada. Dari beberapa alternatif yang ada konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil dalam melakukan pembelian.

Pengambilan keputusan salah satu bentuk perbuatan berpikir dan hasil dari suatu perbuatan itu disebutkan keputusan.²⁶ Pengambilan keputusan dalam psikologis kognitif difokuskan kepada bagaimana seseorang mengambil keputusan. Dalam kajiannya dimana sebuah tujuan ditetapkan dengan jelas dan dimana pencapaian sebuah sasaran tujuan ditetapkan dengan jelas dan dimana pencapaian sebuah sasaran diuraikan menjadi sub tujuan, yang pada saatnya membantu menjelaskan tindakan yang harus dan kapan diambil. Pengambilan keputusan juga berbeda dengan penalaran seseorang dari apa yang telah mereka ketahui terhadap pengetahuan lebih lanjut.

²⁶Desmita,Psikologi (Bandung: Remaja Rosdakarya,2018) h. 198

Menurut suharman, pengambilan keputusan adalah proses memilih atau menentukan berbagai kemungkinan diantara situasi-situasi yang meminta seseorang harus membuat prediksi kedepan, memilih salah satu diantara dua pilihan atau lebih, membuat estimasi (prakira) mengenai frekuensi prakiraan yang akan terjadi²⁷ salah satu fungsi berpikir adalah menetapkan keputusan. Keputusan yang diambil seseorang beraneka ragam. Tapi tanda-tanda umumnya antara lain keputusan selalu melibatkan tindakan nyata, walaupun pelaksanaannya boleh ditangguhkan atau dilupakan.²⁸

6. Keputusan Dalam Perspektif Islam

Menurut Kotler keputusan adalah sebuah proses pendekatan dalam upaya menyelesaikan masalah yang terdiri dari tahapan-tahapan berikut, pencarian informasi, penilaian beberapa alternative, merumuskan keputusan peserta dan perilaku setelah peserta.

Sedangkan pengertian dari pengambilan keputusan didefinisikan sebagai suatu respon terhadap suatu masalah, dimana merupakan kesenjangan antara keadaan yang terjadi dengan yang diinginkan

Dalam Islam, proses pengambilan keputusan ini diterangkan dalam segala aktivitas. Selain itu konsep pengambilan keputusan dalam islam lebih ditekankan

²⁷Suharman, Psikologis (Kognitif, Surabaya: Srikandi, 2005) h.194

²⁸ Hasan M. Iqbal *Pokok-Pokok Materi Pengambilan Keputusan*. (Bogor: Ghalia2004) Indpnesia h.10

pada sikap adil hal ini di sandarkan pada contoh sikap hakim yang tegas dan adil dalam surat Al-Imran ayat 159 berikut :

فَبِمَا رَحْمَةٍ لِّلّٰهِ مِنَا اٰلَيْنَا لَهُمْ وَاَلُوْا نَتَّكُ فَطَّآ غَلِيْظِ الْقَلْبِ الْقَلْبِ ثَانْفَضُوْا حَوْلِكَ
عَنْهُمْ وَاَسْتَغْفِرُوْا وَسَلِّمْ فِيْ اَمْرِهِمْ لَأْمُرُ فَنُوَكَّلُ اَعَلَى اللّٰهِ يُجِبُّ عَزَمْتَ فَاَعْمُرُوْا اِيَّادَا

Artinya : “Maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah dengan mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu, kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakal kepada Allah sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepadaNya.” 29

Dari ayat di atas dapat diketahui bahwa sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya kita periksa dan teliti terlebih dahulu sebelum akhirnya menyesal dikemudian hari. Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap hati-hati umat Islam dalam membuat keputusan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa terdapat tahapan-tahapan yang dilalui seseorang dalam pengambilan keputusan peserta. Dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pemilihan alternatif, pengambilan keputusan dan perilaku peserta.

Sebelum memutuskan untuk menggunakan atau melakukan sesuatu hendaknya mengetahui terlebih dahulu kebutuhan tersebut. Selanjutnya adalah hendaknya terlebih dahulu peserta mencari informasi apakah citra perusahaan tersebut baik atau tidak. Hal inilah yang menjadi alasan betapa pentingnya

29 Kementerian Agama RI, Alquran dan Hadist Tafsirnya, Jakarta: Lentera Abadi 2010 h 122

informasi mencari terkait suatu informasi atau berita yang datang. QS An-Nisa Ayat 59 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ۚ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. Kemudian jika kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al Quran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”³⁰

Dalam islam, Al Quran secara tegas menyatakan bahwa keputusan yang tidak sehat dalam hidup ini akan mengakibatkan kerugian yang besar. Yang tidak sehat dalam hidup ini akan mengakibatkan kerugian yang besar. Contoh pengambilan keputusan yang tidak sehat adalah lebih menyukai hal-hal khabits (hal-hal kotor) karena banyak dan melimpah (dalam hal ini memelih hal-hal yang dipandang secara kuantitas saja dan tidak melihat dari sisi kualitas)

Sebelum memutuskan untuk peserta atau menggunakan suatu produk hendaknya peserta mengetahui terlebih dahulu kebutuhan dan atau masalah yang dihadapinya. Sehingga paham seperti apa yang dapat menyelesaikan kebutuhan tersebut. Selanjutnya adalah hendaknya terlebih dahulu peserta mencari informasi.

Ibnu Taimiyah menghendaki agar pengambilan keputusan itu tidak saja dengan menggunakan mekasnisme yang benar, yaitu menggunakan prinsip syura,

³⁰ Kementerian Agama RI, Alquran dan Hadist Tafsirnya, Jakarta: Lentera Abadi 2010 h. 122

tapi juga harus dilakukan oleh orang-orang yang berkualitas di bidangnya, dan merepresentasikan perwakilan yang sesungguhnya. Keputusan juga hendaklah merupakan sebuah consensus ijma dari itu merupakan suara mayoritas³¹

7. Dimensi Keputusan

Berdasarkan pendapat Kotler dan Keller, dimensi-dimensi keputusan sebagai berikut³²:

1. Pemilihan produk

Peserta dapat mengambil keputusan untuk mengunjungi sebuah tempat untuk tujuan yang lain, dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat untuk memelihara perusahaan

2. Pemilihan Brand

Peserta harus memutuskan tempat mana yang akan dikunjungi, setiap tempat memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri.

3. Pemilihan penyalur

Peserta mengambil keputusan tentang penyaluran yang akan digunakan. Setiap peserta berbeda-beda dalam hal menentukan penyaluran yang bisa dikarenakan faktor lokasi, kenyamanan, keluasan tempat dan sebagainya.

³¹*Ibnu Taimiyah Al-Siyasah Fi Is Lah-Rai Wa-* (Beirut Dar-Al Jadidah) h. 136

³² *Ibid* h 173

4. Jumlah peserta

Peserta dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk/jasa yang akan dari satu, dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk/jasa sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari setiap peserta

5. Metode pembayaran

Konsumen dalam mengunjungi suatu tempat pasti harus melakukan suatu pembayaran. Pada saat pembayaran inilah biasanya peserta ada yang melakukan pembayaran secara tunai.

6. Indikator Keputusan

Keputusan yang diambil oleh peserta merupakan keputusan dari sejumlah keputusan. Menurut Philip Kotler yaitu³³:

1. Produk, yaitu produk apa yang secara tepat diminati oleh konsumen, baik secara kualitas dan kuantitasnya
2. Harga, yaitu jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa
3. Kualitas pelayanan, yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun
4. Distribusi, yaitu bagaimana salurannya sehingga produk dapat sampai ke tangan peserta
5. Promosi, yaitu aktivitas yang mengkomunikasi produk dan membujuk peserta dalam sasaran klaim

33 Ibid h.11

George R Terry menjelaskan dasar-dasar dari pengambilan keputusan yang berlaku, antara lain³⁴

1. Intuisi

Pengambilan yang diambil berdasarkan intuisi atau perasaan lebih bersifat subjektif yaitu mudah terkena sugesti, pengaruh luar, dan factor kejiwaan lain.

b. Pengalaman

Dalam hal tersebut, pengalaman memang dapat dijadikan pedoman dalam menyelesaikan masalah. Keputusan yang berdasarkan pengalaman sangat bermanfaat bagi pengetahuan praktis. Pengalaman dan kemampuan untuk memperkirakan apa yang menjadi latar belakang masalah dan bagaimana arah penyelesaian sangat membantu dalam memudahkan pemecahan masalah.

2. Fakta

Keputusan yang berdasarkan sejumlah fakta, data atau informasi yang cukup itu memang merupakan keputusan yang baik dan solid, namun untuk mendapatkan informasi yang cukup itu sangat sulit

3. Wewenang

Keputusan yang berdasarkan pada wewenang semata maka akan menimbulkan sifat rutin dan mengasosiasikan dengan praktik dictatorial. Keputusan berdasarkan wewenang kadangkala oleh keputusan sering melewati permasalahan yang seharusnya dipecahkan justru menjadi kabur atau kurang jelas

³⁴*George R Terry*, Pengambilan Keputusan Dan System Informasi (Jakarta Bumi Aksara,2000) h.16

4. Rasional

Keputusan yang bersifat rasional berkaitan dengan daya guna masalah-masalah yang dihadapi merupakan masalah yang memerlukan pemecahan rasional. Keputusan yang dibuat berdasarkan pertimbangan rasional lebih bersifat objektif.

6. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan

Menurut Terry factor-faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan, yaitu³⁵:

1. Hal-hal yang berwujud maupun yang tidak berwujud, yang emosional maupun yang rasional perlu diperhitungkan dalam pengambilan keputusan.
2. Setiap keputusan harus dapat dijadikan bahan untuk mencapai tujuan setiap keputusan jangan berorientasi pada kepentingan pribadi, tetapi harus lebih mementingkan kepentingan.
3. Jarang sekali pilihan yang memuaskan, oleh karena itu buatlah alternatif-alternatif tandingan.
4. Pengambilan keputusan merupakan tindakan mental dari tindakan ini harus diubah menjadi tindakan fisik.
5. Pengambilan keputusan yang efektif membutuhkan waktu yang cukup lama.

³⁵ Terry, *Teori-Teori Keputusan Dan Manajemen*, (PT Gramedia Indonesia 2010) h. 135

6. Diperlukan pengambilan keputusan yang praktis untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
7. Setiap keputusan hendaknya dilembagakan yang praktis untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
8. Setiap keputusan merupakan tindakan permulaan dari serangkaian kegiatan rantai berikutnya.

Arroba, menyebutkan lima factor yang mempengaruhi pengambilan keputusan, antara lain³⁶

1. Informasi yang diketahui perihal masalah yang dihadapi
2. Tingkat pendidikan
3. *Personality*
4. kopy dalam hal ini dapat berupa pengalaman hidup yang terkait dengan pengalaman (proses adaptasi)
5. *Culture*

Ada lima proses tahap keputusan peserta dalam pengambilan keputusan :

1. Pengenalan masalah

Proses keputusan dimulai ketika peserta menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Dengan rangsangan internal, salah satu dari kebutuhan normal seseorang naik ke tingkat maksimum dan menjadi dorongan atau kebutuhan bisa timbul akibat rangsangan tertentu.

³⁶ Arroba, T. *Decision Making By Chinese – US. (Journal Of Social Psychology, 1998)* 38 h. 102-116

2. Pencarian informasi

Peserta sering mencari jumlah informasi yang terbaik. Kita dapat membedakan antara dua tingkat keterlibatan dengan pencarian. Keadaan pencarian yang lebih resertif terhadap informasi tentang sebuah produk. Pada tingkat berikutnya, seseorang dapat memasuki pencarian informasi aktif. Mencari bahan bacaan, menelpon teman, melakukan kegiatan online, dan menggugungi kantor-kantor.

1. **Penelitian Terdahulu**

1. Kartika Ayuningtiyas, Hendra Gunawan, SE,M.Sc melakukan penelitian ini dengan judul pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian daring di aplikasi bukalapak pada mahasiswa politeknik negeri batam. Hasilnya berdasarkan analisis yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial (uji -t) variable kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian daring di aplikasi bukalapak pada mahasiswa politeknik negeri batam, variable kemudahan dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian daring di aplikasi bukalapak pada mahasiswa politeknik negeri batam. Hasil koefisien determinan (R^2) sebesar 0,482, yang bearti bahwa variable keputusan pembelian daring dapat dijelaskan oleh variabel kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi sebesar 42,8% , sedangkan sisanya sebesar 57,2% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model.
2. Muhammad Bahrudi, Sitin Zuhro, melakukan penelitian dengan judul pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk membangun loyalitas pelanggan tinggi diperlukan kepuasan pelanggan dan kepercayaan yang tinggi dari pelanggan. Namun ada beberapa variabel yang harus diperhatikan untuk

variabel kepuasan pelanggan item cenderung terus membeli, variabel kepercayaan item kapasitas untuk menginstal beragam aplikasi dan item hasil jepretan kamera dan video jernih, dan variabel tarikan dari pesaing memiliki nilai yang dibawah rerata yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

3. Arif Reza Maharama, Noor Kholis, melakukan penelitian dengan judul pengaruh kepercayaan, kemudahan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian jasa gojek di kota semarang yang dimediasi minat beli sebagai variabel intervening. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut : kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dan keputusan pembelian, dan terbukti bahwa minat beli mampu berperan sebagai variabel intervening. Hasil kepercayaan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dan keputusan pembelian, dan terbukti bahwa minat beli mampu berperan sebagai variabel intervening. Hasil persepsi resiko berpengaruh negative dan signifikan terhadap minat beli konsumen dan keputusan pembelian, dan terbukti bahwa minat beli mampu berperan sebagai variabel intervening.³⁷

1. Kerangka Teoritis

Pada kerangka teoritis, peneliti mengambil dan memilih beberapa teori dan definisi yang sesuai dengan apa yang diteliti oleh peneliti. Teori-teori dan definisi tersebut dijadikan bahan pandangan dalam penelitian ini. Teori-teori dan definisi tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

³⁷ Kartika Ayuningtyas, *kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian daring di aplikasi bukalapak pada mahasiswa politeknik negeri batam*, Batam, Universitas Yogyakarta, 2005) h. 9

Pengaruh kepercayaan peserta terhadap keputusan klaim dana santunan menyakan menyatakan bahwa kepercayaan peserta yang terbaik dari semua elemen kepercayaan mulai dari kredibilitas, kedekatan, realibilitas atau keandalan. Artinya kepercayaan itu adalah kemauan seseorang atau sekelompok orang untuk mau memberi keyakinan pada seseorang yang dituju.³⁸



Gambar 2. 1

Kerangka Konseptual

I. Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata hipo berarti kurang atau lemah dan tesis atau thesis yang berarti teori yang disajikan sebagai bukti. Jadi hipotesis adalah pernyataan yang masih lemah kebenarannya dan perlu dibuktikan kenyataannya. Jika suatu hipotesis telah terbukti kebenarannya ia akan berubah namanya disebut tesis. Hipotesis dapat diterima tetapi dapat ditolak, diterima apabila bahan-bahan penelitian membenarkan kenyataan dan ditolak apabila menyangkal (menolak kenyataan)³⁹

Hipotesa adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga menuntun/mengarahkan penyelidikan

³⁸Middleton, *Perencanaan Dan Komunikasi (Dalam Buku Hafief Cangara 1980)* PT Raja grafindo Persada Jakarta h.102

³⁹ Cholid Narbuko Dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta:Pt.Bumi Aksara, 2013), h. 28.

selanjutnya. Berdasarkan tinjauan diatas maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

1. Ho : Kepercayaan peserta pengajuan Klaim tidak berpengaruh terhadap keputusan klaim dana santunan
2. Ha : Kepercayaan peserta pengajuan klaim berpengaruh terhadap keputusan klaim dana santunan

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu data yang berbentuk angket dan perhitungan yang dituangkan ke dalam bentuk tabel. Kemudian data tersebut diolah dengan menggunakan uji statistik. Penelitian kuantitatif itu digunakan untuk menguji suatu teori, untuk menyajikan suatu fakta atau mendiskripsikan statistik, untuk menunjukkan hubungan variabel yang ada didalamnya.¹ Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu variabel independen yaitu kepercayaan peserta terhadap variabel dependen yaitu keputusan klaim dana santunan pada PT. Jasa Raharja Medan.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Adapun lokasi penelitian dilaksanakan di Jl. Iskandar Muda, Darat, Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara dan waktu penelitian dimulai dari Maret 2019 s/d selesai.

3. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah berkenaan dengan data bukan orang atau benda. Jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.² Adapun populasi yang tercakup dalam

¹ Narbuko, *Metodologi Penelitian*, h. 20.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 80.

penelitian ini adalah 22,627 Peserta Klaim Dana Santunan Jasa Raharja Perwakilan Medan.³

1. Sampel

Sampel adalah sebagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili keseluruhan populasi.⁴ Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah sampel yang diambil dengan maksud atau tujuan tertentu. Seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang tersebut memiliki informasi yang di perlukan bagi peneliti.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin:⁵

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran populasi yaitu 22,627 nasabah jasa raharja perwakilan medan

e : Persentase ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%

$$n = \frac{22,627}{1 + 22,627(0,1)^2}$$

³ Badan Pusat Statistik, *Kecamatan Medan Perjuangan Dalam Angka 2018*, Katalog 1102001.1275.160, h. 3.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h. 81.

⁵ Nursalam, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Salemba Medika, Ed. 3, 2013), h. 176.

$$\begin{aligned}
&= \frac{22,627}{1 + 22,627(0,01)} \\
&= \frac{22,627}{1 + 22,627} \\
&= \frac{22,627}{23,627} \\
&= 95,767
\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka yang akan menjadi sampel dari penelitian ini adalah sebesar 95,767 yang dibulatkan menjadi 96 sampel jumlah Peserta Klaim Dana Santunan.

2. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu. Dalam hal ini data yang dimaksudkan adalah data yang bersumber dari hasil penelitian dengan menggunakan kuesioner, serta tanggapan tertulis responden terhadap nasabah asuransi kecelakaan jasa raharja perwakilan medan.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang diperoleh dari buku-buku atau literature yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Menurut mudrajad dalam bukunya data sekunder dapat diartikan secara singkat yaitu data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Peneliti dapat mencari data sekunder ini melalui sumber data sekunder.⁶
- 3.

⁶ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi; Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis?*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009), h. 148-157.

4. Sumber Data

Sumber data primer didapat dengan melakukan observasi di lokasi penelitian dan wawancara terhadap nasabah yang merupakan objek dari penelitian PT Jasa Raharja Perwakilan Medan.

5. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket/kuesioner

Angket/kuesioner adalah daftar pertanyaan-pertanyaan yang disusun secara tertulis. Kuesioner ini dilakukan untuk memperoleh data berupa jawaban para responden.⁷

Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert

Pernyataan	Bobot	Skala
Sangat Puas/SP	5	Likert
Puas/P	4	Likert
Kurang Puas/KP	3	Likert
Tidak Puas/TP	2	Likert
Sangat Tidak Puas/STP	1	Likert

Dari nilai yang diperoleh setiap variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

2. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat dan langsung dilapangan atau di lokasi penelitian.⁸

⁷ *Ibid*, h. 176.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h. 67.

3. Definisi Operasional

Untuk memudahkan memperoleh kejelasan dan menghindari kesalahpahaman dalam pembahasan penulisan ini, maka penulis merasa perlu mengemukakan pengertian atau batasan dari berbagai kata istilah yang dianggap penting di dalamnya, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 3.2 Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kepercayaan (X)	Kepercayaan Peserta Adalah Pengetahuan Peserta Mengenai Suatu Objek, Atributnya, Dan Manfaatnya. Berdasarkan Konsep Tersebut, Maka Pengetahuan Peserta Sangat Terkait Dengan Pembahasan Sikap Karena Pengetahuan Peserta Adalah Kepercayaan Peserta. Kepercayaan Peserta Atau Pengetahuan Peserta Menyangkut Kepercayaan Suatu Produk Memiliki Berbagai Atribut, Dan Manfaat Dari Berbagai Atribut Tersebut	1. Kredibilitas 2. Reabilitas 3. Intimacy
2.	Keputusan (Y)	Keputusan merupakan hasil pemecahan masalah yang harus di hadapi dengan tegas. Dalam kamus besar ilmu pengetahuan pengambilan keputusan. Defenisi sebagai pemilihan keputusan atau kebijakan yang di dasarkan atas kriteria tertentu	1. Produk 2. Harga 3. Kualitas pelayanan 4. Distribusi 5. Promosi

6. Teknik Analisis Data

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan danalisis dengan metode regresi linear berganda dan diolah dengan bantuan SPSS 20. Adapun tahapan analisis tersebut adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan melakukan korelasi bilvariate antara masing-masing skor indikator dengan total konstruk. Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut :

1. Jika r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{table}$ maka butir pertanyaan tersebut valid
2. Jika r_{hitung} negatif dan $r_{hitung} < r_{table}$ maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliable. Uji realibilitas ini sangat tergantung pada kesungguhan responden dalam menjawab semua item pertanyaan penelitian. Standar Cronbach's $\alpha > 0,6$ maka data dinyatakan riabel.

9 Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2005) h. 82.

4. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter b sama dengan nol, atau:

$$H_0: b_1 = 0$$

Artinya, apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatif (H_a). Parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_a: b_1 \neq 0$$

Artinya, variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.¹⁰

Untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat maka dilakukan uji t. Sehingga bisa diketahui diterima atau tidaknya hipotesis satu, dua, dan tiga. Jika nilai *p-value* kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.¹¹

Kaidah keputusan:

Tolak H_0 jika $t_{hit} > t_{tabel}$, dan terima H_0 jika $t_{hit} < t_{tabel}$.

¹⁰ Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, h. 239.

¹¹ Indriani, *Pengaruh Pendapatan*, h. 61

2. Mencari Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk melihat seberapa besar variabel-variabel bebas mampu memberikan penjelasan mengenai variabel terikat maka perlu dicari nilai koefisien determinasi (R^2). Nilai R^2 adalah nol dan satu. Jika nilai R^2 semakin mendekati satu, menunjukkan semakin kuat kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Jika nilai R^2 adalah nol, menunjukkan bahwa variabel bebas secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel terikat.

Selain itu untuk melihat manakah variabel bebas yang paling mampu memberikan penjelasan mengenai variabel terikat maka akan digunakan metode *stepwise*. Metode *stepwise* dimulai dengan pemasukan satu persatu variabel bebas hasil pengkolerasian, dimasukkan ke dalam model dan dikeluarkan dari model dengan kriteria tertentu Variabel yang pertama kali masuk merupakan variabel bebas yang korelasinya tertinggi dan signifikan terhadap variabel terikat. Jika ada variabel yang tidak signifikan maka variabel tersebut dikeluarkan. Dalam hal ini akan dilihat pula perubahan nilai R^2 ketika variabel bebas masuk ke dalam model.¹²

Nilai R^2 berkisar antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika R^2 semakin mendekati angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat semakin erat/dekat, atau dengan kata lain model tersebut dapat dinilai baik.
2. Jika R^2 semakin menjauhi angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat jauh/tidak erat, atau dengan kata lain model tersebut dapat dinilai kurang baik.

¹² *Ibid*, h. 62

2. Uji Analisis Regresi Linier sederhana

Regresi Linier sederhana merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengukur variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas

Pendapat lain menurut Gujarati dalam Jonathan Sarwono mendefinisikan analisis regresi variabel yang diterangkan (*the explained variabel*) dengan satu atau dua variabel yang menerangkan (*the explanatory*). Variabel pertama disebut juga variabel tergantung dan variabel kedua di sebut variabel bebas

Metode regresi linier dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh antara variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*depedent*). Metode ini juga bisa digunakan sebagai ramalan, sehingga dapat diperkirakan antara baik atau buruknya suatu variabel X terhadap naik turunnya suatu tingkat variabel Y, begitu sebaliknya. Rumus regresi linier sederhana

$$Y = a + bX + e$$

Dimana:

Y = Keputusan

a = kepercayaan Y bila X = 0 (kepercayaan)

b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel independen. Bila b (+) maka naik dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Variabel bebas (kepercayaan)

e = *error* atau sisa

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Perusahaan PT Jasa Raharja (Persero)

Sejarah berdirinya Jasa Raharja pada tahun 1960 tidak terlepas dari kebijakan pemerintah untuk melakukan nasionalisasi terhadap perusahaan-perusahaan milik belanda dengan diundangkannya undang-undang no .86 tahun 1958 tentang nasionalisasi perusahaan belanda.

Penjabaran dari undang-undang tersebut dalam bidang asuransi kerugian,pemerintah melakukan nasionalisasi perusahaan-perusahaan asuransi kerugian belanda berdasarkan peraturan pemerintah (pp)No.6 tahun 1960 tentang penentuan perusahaan kerugian belanda yang di kenakan Nasionalisasi.

Adapun perusahaan-perusahaan yang dinasionalisasi dimaksud sebagai berikut :

1. Perusahaan Firma Bekouw & Mijnsen di Jakarta .
2. Perusahaan Firma Blom & van Der Aa di Jakarta .
3. Perusahaan Firma Sluyters di Jakarta .
4. Perusahaan N.V. Assurantie Maatschappij Jakarta di Jakarta .
5. Perusahaan N.V.Assurantie kantor Langveldt-schroder di Jakarta.
6. Perusahaan N.V.Zee-en Brandassuantie Maatschappij van 1851 c.s. di Jakarta .
7. Perusahaan N.V.Javasche Verzekerings Agenturen Maatschappij Jakarta.
8. Perusahaan N.V.Naderlandsche LIoyd di Jakarta .
9. Perusahaan N.V.Maskapai Asuransi dan Administrasi Umum Nusantara Liyod di Jakarta .
10. Perusahaan N.V.Assurantie Kantor O.W.J.Schlenceker di Jakarta

11. Perusahaan N.V. Kantor Asuransi Kali Besar di Jakarta
12. Perusahaan Jakarta Assurantie & Administratie kantor di Jakarta
13. Perusahaan Yayasan Onderlige Landmolestverzekerings Fonds (O.L.F.) di Jakarta
14. Perusahaan PT maskapai Asuransi Arah Baru (Arba) di Jakarta.

Peraturan Pemerintah tersebut di tetapkan tanggal 16 Januari 1960, namun berlaku surut sampai tanggal 3 Desember 1957.

Pada tahun 1961 berdasarkan peraturan pemerintah nomor 15 tahun 1961 tentang pendirian perusahaan Negara asuransi kerugian Eka Karya, keempat PNAK tersebut yang semula berdasarkan pengumuman menteri keuangan. (Badan Penguasa perusahaan perusahaan asuransi kerugian belanda) No.12631/ B.U.M II tanggal 9 Februari 1960 yang nama perusahaannya disebut IKA menjadi EKA. Berdasarkan peraturan pemerintah itu pula, keempat PNAK tersebut yaitu Eka karya. Dengan peleburan tersebut, maka segala hak dan kewajiban,kekayaan, pegawai dan usaha keempat perusahaan tersebut beralih kepada PNKAK Eka Karya.

Namun dalam pengumuman menteri keuangan (Badan Penguasa Perusahaan perusahaan Asuransi Kerugian Belanda) No: 29495% B.U.M.II tanggal 31 Desember 1960, penyebutan nama perusahaan perusahaan tersebut kembali menggunakan IKA termasuk perusahaan yang baru didirikan tersebut yaitu Ika Karya. Adanya perbedaan tersebut disebabkan karena pengumuman menteri keuangan tersebut diterbitkan mendahului diundangkannya peraturan pemerintah nomor 15 tahun 1961 tentang pendirian perusahaan Negara asuransi kerugian Eka Karya yaitu pada tanggal 24 Maret 1961.

PNAK Eka Karya yang berkedudukan dan berkantor pusat di Jakarta dan dapat mempunyai kantor cabang, kantor perwakilan, agen atau koresponden di dalam dan/atau di luar negeri, bergerak dalam bidang usaha perasuransian yaitu:

1. Mengadakan dan menutup segala macam asuransi termasuk reasuransi, kecuali pertanggungan jiwa.

2. Memberi perantara dalam penutupan segala macam asuransi.

pada tahun 1965 berdasarkan peraturan pemerintah No. 8 tahun 1965 berdasarkan

pada tahun 1965 berdasarkan peraturan pemerintah No. 8 tahun 1965 tentang pendirian perusahaan Negara asuransi kerugian djasa raharja, mulai 1 januari 1965 PNAK karya dilebur menjadi perusahaan baru dengan nama “**Perusahaan Asuransi Kerugian Jasa Raharja**” dan seluruh kekayaan pegawai dan segala hutang piutang PNAK Eka Karya dialihkan kepada PNAK Jasa Raharja. Sebagaimana PNAK Eka Karya FNAK Jasa Raharja pun berkedudukan dan berkantor pusat di Jakarta dan dapat mempunyai kantor cabang, kantor perwakilan sedangkan untuk agen atau koresponden hanya diperkenakan di dalam negeri.

Berdasarkan dengan PNAK Eka Karya yang memberikan pertanggungan yang bersifat umum untuk segala jenis asuransi, maka PNAK Jasa Raharja didirikan dengan kekhususan memberikan pertanggungan dalam bidang asuransi tanggung jawab kendaraan bermotor dan kecelakaan penumpang termasuk reasuransi dan perantara dalam bidang asuransi tanggung jawab kendaraan bermotor dan kecelakaan penumpang.

Beberapa bulan sejak pendirian PNAK Jasa Raharja, tepatnya tanggal 30 Maret 1965 Pemerintah menerbitkan surat keputusan Menteri Urusan pendapatan, Pembiayaan dan Pengawasan No.B.A.P.N. 1-3-3 yang menunjuk PNAK Jasa Raharja untuk melaksanakan penyelenggaraan Dana pertanggungan Wajib kecelakaan Penumpang dan Dana kecelakaan penumpang dan Dana Kecelakaan lalu Lintas Jasa sesuai Undang-Undang Nomor 34 tahun 1964.

Pada tahun 1970, PNAK Jasa Raharja statusnya menjadi Perusahaan Umum (Perum) Jasa Raharja. Perusahaan status ini dituangkan dalam surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No.Kep.750/KMK/IV/II/1970 tanggal 18 November 1970, yang merupakan tidak lanjut dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1969 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1969 Tentang Bentuk-Bentuk Usaha Negara Menjadi Undang-Undang .Pasal 2 ayat 2 dari UU tersebut menyatakan bahwa PERUM adalah Perusahaan Negara yang didirikan dan di atur berdasarkan ketentuan-ketentuan yang termasuk dalam Undang-Undang No.19 Prp tahun 1960.

Pada tahun 1978 yaitu berdasarkan PP No.34 tahun 1978 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 1965 tentang pendirian Perusahaan Umum Asuransi Kerugian “Jasa Raharja “. Selain mengelola pelaksanaan UU.No.33 dan UU. No. 34 tahun 1967, Jasa Raharja mendapat mandate tambahan untuk menerbitkan surat jaminan dalam bentuk Surety Bond. Penunjukan tersebut menjadikan Jasa Raharja sebagai pionir penyelenggaraan surety di Indonesia, di saat perusahaan asuransi lain umumnya masih bersifat fronting dari perusahaan surety di luar negeri sehingga terjadi aliran devisa ke luar negeri untuk kepentingan tersebut. kemudian sebagai upaya pengamban rasa tanggung jawab sosial kepada masyarakat khususnya bagi mereka yang belum memperoleh perlindungan dalam lingkup UU No.34 tahun 1964, maka di kembangkan pula usaha Asuransi Aneka.

Kemudian dalam perkembangan selanjutnya pada tahun 1980, mengingat usaha yang ditangani oleh Perum Jasa Raharja semakin berkembang sehingga di perlukan pengelolaan usaha yang lebih terukur dan efesien,maka pada tahun 1980 berdasarkan PP No.39 tahun 1980 tentang pengalihan Bentuk perusahaan umum asuransi kerugian Jasa Raharja menjadi perusahaan perseroan (Persero) tanggal 6 November 1980, status Jasa Raharja diubah lagi menjadi perusahaan perseoran (Persero) dengan nama PT (Persero) asuransi kerugian Jasa Raharja.

Kemudian pada tahun 1981 Anggaran Dasar Jasa Raharja yang semula diatur dalam peraturan pemerintah pendiriannya, maka sesuai dengan peraturan pemerintah No. 12 tentang perusahaan perseroan (PERSERO) pangat-ukuran harus dipisahkan. Anggaran dasar Jasa Raharja tersebut selanjutnya dituangkan dalam akte notaris Imas Fatimah, SH No. 49 tahun 1981 tanggal 28 Februari 1981.

Dengan adanya perubahan nomenklatur kementerian, pada tahun ini pula, pemerintah melalui Menteri Keuangan memperbaharui penunjukan Jasa Raharja dengan menerbitkan keputusan menteri keuangan No: 337/KMK.011/1981 Tanggal 2 Juni 1981 tentang penunjukan perusahaan persero (Persero) Asuransi kerugian Jasa Raharja untuk menyelesaikan dana pertanggungn wajib kecelakaan penumpang dan dana kecelakaan lalu lintas jalan.

Pada tahun 1994 sampai sekarang, pemerintah menetapkan peraturan pemerintah Nomor 73 tahun 1992 tentang penyelenggaraan usaha perasuransian sebagai penjabaran UU No. 2 tahun

1992 tentang usaha perasuransian. Peraturan pemerintah tersebut mengatur antara lain ketentuan yang melarang perusahaan asuransi yang telah menyelenggarakan program asuransi sosial yaitu menyelenggarakan dana pertanggungjawaban wajib kecelakaan penumpang sebagaimana diatur dalam UU. No 33 tahun 1964 dan dana kecelakaan lalu lintas jalan sebagaimana diatur dalam UU No. 34 tahun 1994.

3. Logo Perusahaan, Visi dan Misi

1. Logo Perusahaan



Gambar 4.1 Logo Perusahaan

1. Arti dari pada Warna Lambang

1. Warna putih yang terpancar dari inisial “J” dan “R” berarti kesucian dan keterbukaan/transparansi pada saat memberikan pelayanan untuk mewujudkan Visi Perusahaan sebagai terkemuka dalam penyelenggara program Asuransi Sosial dan Asuransi Wajib.
2. Warna dasar keseluruhan lambang adalah biru muda melambangkan arti keteguhan dan kesetiaan didalam pengabdiannya “Catur Bakti Ekakarsa”.
3. Warna Hitam pada tulisan Jasa Raharja melambangkan arti kejujuran dalam melaksanakan tugas sesuai motto “Utama dalam Perlindungan, Prima dalam Pelayanan”.

4. Kesimpulan Arti Lambang

Pada Hakekatnya lambang PT Jasa Raharja (Persero) secara keseluruhan melambangkan adanya suatu kebulatan tekad dan kesatuan sebagai perbuatan baik untuk mencapai kehidupan yang sejahtera dengan dilandasi Catur Bakti Ekakarsa Jasa Raharja yaitu Bakti kepada masyarakat, Bakti kepada Negara, Bakti kepada Perusahaan, Bakti kepada Lingkungan dengan mengutamakan pemberi perlindungan disertai mengusahakan yang terbaik dalam pelayanan.

5. Makna Logo PT. Jasa Raharja (Persero)

Inisial typography huruf “J” dan “R” adalah huruf awal dari Jasa Raharja. Jasa diartikan : Perbuatan baik untuk menuju suatu kebaikan Raharja diartikan : Suatu keadaan yang berkecukupan (Sejahtera) Secara ringkas makna Jasa Raharja adalah : Perbuatan baik untuk menuju suatu keadaan masyarakat yang sejahtera”. Bentuk lingkaran adalah sebuah ungkapan adanya kebulatan tekad, kesatuan dalam mengemban Visi dan Misi Perusahaan. 4 Bentuk payung pada huruf “J” dan “R” melambangkan misi Catur Bakti Ekakarsa Jasa Raharja yang terdiri dari :

1. Bakti kepada Masyarakat, dengan mengutamakan perlindungan dasar dan pelayanan prima sejalan dengan kebutuhan masyarakat.
2. Bakti kepada Negara, dengan mewujudkan kinerja terbaik sebagai penyelenggara program asuransi sosial dan asuransi wajib serta Badan Usaha Milik Negara.
3. Bakti kepada Perusahaan, dengan mewujudkan kesinambungan kepentingan agar produktivitas dapat tercapai secara optimal demi kesinambungan perusahaan.
4. Bakti kepada Lingkungan, dengan memberdayakan potensi sumber daya bagi keseimbangan dan kelestarian lingkungan.

5. Visi dan Misi Perusahaan

Misi adalah suatu persyaratan tentang apa yang harus dikerjakan oleh perusahaan atau lembaga dalam usaha mewujudkan visi tersebut. Misi perusahaan di artikan sebagai tujuan dan alasan mengapa perusahaan atau lembaga itu dibuat. Misi juga akan memberikan arah sekaligus batasan-batasan proses pencapaian tujuan.

1. Visi Jasa Raharja Perwakilan I Medan Jl. Iskadar Muda No. 20 EE

Menjadi perusahaan terkemuka di Bidang Asuransi dengan mengutamakan penyelenggaraan program Asuransi Sosial dan Asuransi Wajib sejalan dengan kebutuhan masyarakat.

2. Misi Jasa Raharja Perwakilan I Medan

1. Bakti kepada masyarakat, dengan mengutamakan perlindungan dasar dan pelayanan prima sejalan dengan kebutuhan masyarakat.
2. Bakti kepada negara, dengan mengujutkan kinerja terbaik sebagai penyelenggara program asuransi sosial dan asuransi wajib, serta badan usaha milik negara.
3. Bakti kepada perusahaan, dengan mengujutkan keseimbangan kepentingan agar produktifitas dapat tercapai secara optimal demi kesinambungan perusahaan.
4. Bakti kepada lingkungan, dengan memberdayakan potensi sumber daya bagi keseimbangan dan kelestarian lingkungan.

5. Moto Perusahaan

Suatu moto atau semboyan yang dibuat dalam rangkaian kata yang relatif singkat dan menarik, dimana tujuannya untuk menyampaikan suatu informasi kepada khalayak. Moto perusahaan Jasa Raharja ialah:

1. Utama dalam perlindungan.
2. Prima dalam pelayanan.

3. Kebijakan Mutu

Menerapkan Sistem Kerja Terpadu Dengan Menjadi Mutu Terbaik Sebagai Budaya kerja untuk Mendukung kegiatan Perusahaan Yang Effisien dan Produktif.

4. Sasaran Mutu

Sasaran mutu adalah target mutu yang ingin dicapai oleh perusahaan, yang sesuai dengan harapan nasabah, sasaran mutu jasa raharja ialah:

1. Penyelesaian santunan maksimal 1 hari setelah berkas lengkap diajukan oleh klaim kepada perusahaan.
2. Mengurangi tingkat keluh kalaim sebesar maksimal 2 per mil dan seluruh berkas santunan yang diselesaikan.
3. Meraih, menerapkan dan memelihara system manajemen mutu berbasis ISO (Internasional Standart Organization), 9001 pada tahun 2000

4. Deskripsi Tugas Jasa Raharja Perwakilan I Medan Jl. Iskadar Muda

Adapun uraian dan tugas pokok masing-masing jabatan adalah sebagai berikut :

1. Kepala Perwakilan
 1. Tugas pokok kepala perwakilan Jasa Raharja Perwakilan I Medan adalah sebagai berikut Memimpin, memotivasi dan membina pegawai bawahannya.
 2. Merencanakan dan mengamankan sumber daya manusia (SDM), alat dan sarana fisik dalam unit kerja yang dipimpinnya.
 3. Melakukan kerjasama dengan unit-unit kerja yang lain dalam perusahaan.
 4. Mengendalikan seluruh pelaksanaan kegiatan didalam unit kerja yang dipimpinnya.
 5. Membantu kelancaran kerja atasan.
 6. Menyusun anggaran kerja dan anggaran perusahaan (RKAP) perwakilan.
 7. Mengendalikan pungutan atau pemasaran iuran wajib (IW) dan sumbangan wajib (SW) di perwakilan.

8. Mengendalikan pelayanan klaim diperwakilan.
9. Mengendalikan pengelola keuangan di perwakilan.
10. Memimpineliharaan sarana fisik dan barang material di perwakilan.
11. Mengadakan penyuluhan terhadap masyarakat mengenai bidang usaha Jasa Raharja.

12. **Bagian Kasir**

Tugas pokok bagian kasir Jasa Raharja Perwakilan I Medan adalah sebagai berikut :

1. Bertanggungjawab atas penerimaan dan pengeluaran uang kas perusahaan.
2. Membuat laporan harian kas/bank dan membuat memorial berikut buktinya.
3. Bertanggungjawab penggunaan cek, materai, perangko serta laporannya.
4. Mengirim laporan mingguan ke kantor cabang dan mengarsip berkas keuangan.
5. Melakukan konsolidasi dan membuat laporan hasil usaha (LHU).
6. Melaksanakan kearsipan dinamis.

7. **Struktur Organisasi Perusahaan Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan**

Struktur organisasi merupakan gambaran skematis tentang hubungan dan kerjasama dan orang-orang yang terdapat dalam rangka usaha mencapai tujuan. Secara sederhana struktur organisasi menyatakan alat dan cara kerja mengatur sumber daya manusia bagi kegiatan-kegiatan ke arah mencapai tujuan. Suatu organisasi yang baik akan menimbulkan keselarasan, keserasian, dan keseimbangan dalam bekerja agar di dapat tenaga kerja yang terampil, efisien dan kreatif. Oleh karena itu struktur organisasi perlu dirancang sedemikian rupa sehingga Sumber Daya Manusia yang tersedia dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya sekaligus sebagai sarana pengadilan intern melalui suatu sistem pembagian kerja yang serasi dan menurut bagian-bagian yang ada di dalam perusahaan. Belum ada struktur organisasi yang ideal bentuknya yang dapat di gunakan pada sebuah badan atau lembaga usaha yang berjalan melainkan masing-masing badan usaha membuat struktur organisasi sendiri secara khusus sesuai dengan misi yang di emban.

Setiap perusahaan akan memiliki struktur kepegawaian yang berfungsi untuk menempatkan suatu karyawan sesuai dengan bidang keahliannya masing-masing dengan tujuan agar karyawan tersebut dapat bekerja dengan efisien sehingga menunjang hasil produksi perusahaan dengan lebih baik. Semua bagian perusahaan merupakan satu kesatuan yang tidak

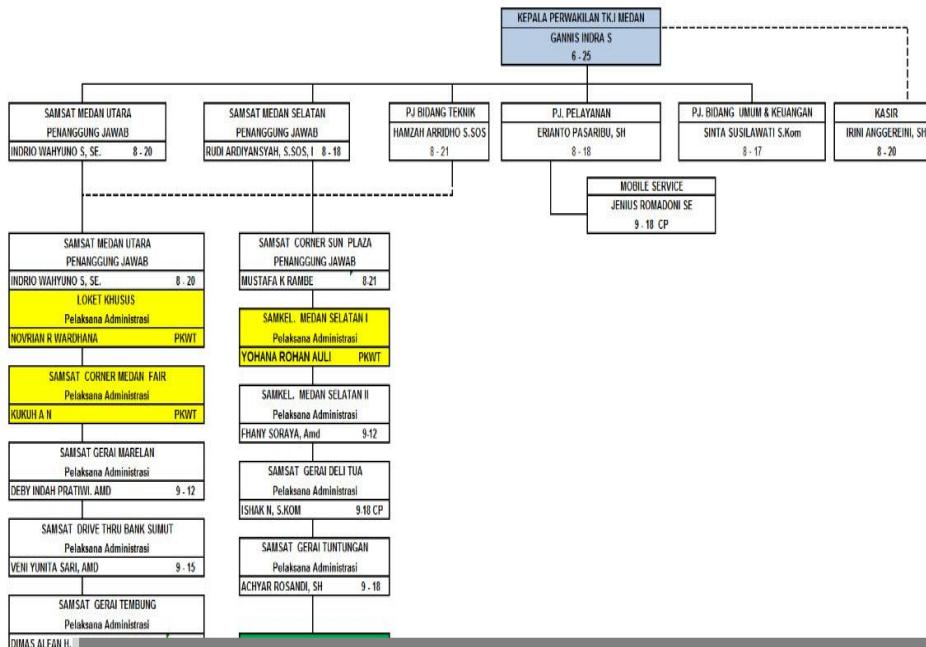
dapat terlepas dari bagian yang lainnya sehingga perlu ditekankan pentingnya hubungan horizontal dalam organisasi sebagai alat koordinasi disamping hubungan vertikal serta penggunaan unit-unit organisasi yang lengkap untuk mempermudah pengorganisasian.

Sesuai peraturan menteri negara badan usaha no. per-01/MBU/2011 tentang tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) pada badan usaha milik negara dan peraturan menteri keuangan republik indonesia nomor 152/PMK.01/2012 tentang tata kelola perusahaan perasuransian, terdapat organ perseroan yang terdiri dari rapat umum pemegang saham, dewan komisaris dan direksi beserta unit kerjanya yang memainkan peran kunci dalam keberhasilan pelaksanaan GCG. Masing-masing organ perseroan mempunyai tugas dan tanggung jawab penerapan GCG di perusahaan berjalan dengan optimal.

Oleh karena itu setiap karyawan harus mutlak memahami struktur organisasi di tempat mereka bekerja. Keharusan utama dalam sebuah organisasi ialah adanya hubungan-hubungan yang harmonis didasarkan pada keputusan-keputusan yang terintegrasikan, ini berarti koordinasi terhadap kegiatan perusahaan perlu dilaksanakan dengan baik. Berdasarkan uraian diatas maka struktur organisasi Jasa Raharja Perwakilan I Medan adalah sebagai berikut :

PT JASA BAHARJA (PERSERO)
PERWAKILAN TK.1 MEDAN

**STRUKTUR ORGANISASI
PERWAKILAN TK. 1 MEDAN
PER 1 NOVEMBER 2018**



Gambar 4.1

Struktur Organisasi

8. Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 6 pernyataan untuk variabel (X) dan 6 pernyataan untuk variabel (Y) dimana variabel (Y) adalah Keputusan, variabel (X) adalah kepercayaan. Angket yang disebar ini diberikan kepada 95 sampel jumlah peserta klaim dana santunan penelitian dan dengan menggunakan metode *likert summated rating* (LSR).

1. Identitas Responden

1. Identitas responden menurut jenis kelamin

Tabel 4.1
Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
1.	Laki-laki	37	38%
2.	Perempuan	59	62%
	Total	96	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Dari tabel di atas dapat dilihat dari 95 Responden dalam penelitian ini sebanyak 38% atau sebanyak 36 responden berjenis kelamin laki-laki dan 62% atau sebanyak 59 orang responden berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.2
Tabel Responden Menurut Usia

No	Usia	Responden	Persentase (%)
1.	18-30 Tahun	44	46%
2.	31-50 Tahun	52	54%
	Total	96	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Dari tabel di atas diperoleh bahwa responden yang berusia 18-30 tahun berjumlah sebanyak 43 orang atau sebanyak 46% dari seluruh responden dan yang berusia 31-50 tahun ada 52 orang atau sebanyak 54% dari seluruh jumlah responden

2. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas dan Reabilitas

Angket yang digunakan dalam penelitian ini terlebih dahulu di uji validitas dan reabilitasnya sebelum digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrument yang baik adalah instrument yang valid dan reliabel. Instrument pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket yang terdiri dari 6 item pernyataan untuk variabel kepercayaan (X), 6 pertanyaan untuk variabel Keputusan (Y) adapun hasil perhitungan yang didapat peneliti dengan menggunakan program SPSS V20. Untuk pengujian validitas angket digunakan rumus korelasi product dan untuk menguji realibilitas angket digunakan rumus *Alpha Cronbach*. Angket penelitian ini dikatakan valid jika $r_{hitung} > r^{tabel}$ pada taraf $\alpha = 0,05$.

Untuk itu dilakukan Uji coba instrument kepada 96 orang sampel, dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*. Untuk mengetahui validitas angket dilakukan dengan membandingkan r_{tabel} dengan r_{hitung} . Nilai r_{tabel} dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dan $df = 96 - 2 = 94$ sebesar 0,168 (dilihat pada r_{tabel}).

1. Uji Validitas dan Reabilitas Kepercayaan (X)

Pengujian validitas untuk variabel kepercayaan diberikan 30 responden diluar sampel, dengan hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan (X)

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,445	0,168	Valid
2	0,653	0,168	Valid
3	0,713	0,168	Valid

4	0,700	0,168	Valid
5	0,594	0,168	Valid
6	0,396	0,168	Valid

Sumber : Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 20.0

Berdasarkan data tabel diatas, nilai r_{hitung} menunjukkan bahwa dari 6 butir angket dalam variabel beban kerja (X) dinyatakan valid semua karena sudah memenuhi syarat $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga dapat dinyatakan bahwa 6 pertanyaan tersebut layak digunakan dalam penelitian.

Dilihat dari sudut reabilitas angket untuk variabel kepercayaan (X) berdasarkan hasil perhitungan reabilitas dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* dinyatakan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.4
Perhitungan Reabilitas Angket Variabel Kepercayaan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.606	6

sumber: Data di olah 2019

Dari hasil output *reability statistic* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,668 dengan jumlah pertanyaan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden $N=96$ dan $df=N - 2= 96 - 2= 94$ adalah 0,0168. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* 0,606 $>$ 0,0168. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reabilitas ini juga di tunjukan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0,68 – 1 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian ini sangat reliabel.

2. Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Keputusan (Y)

Uji Reabilitas dilakukan untuk melihat kestabilan dan konsistensi dari responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang disusun dalam suatu bentuk angket. Hasil ini akan mencerminkan dapat atau tidaknya suatu instrument penelitian dipercaya, berdasarkan tingkat ketepatan dan kemantapan suatu alat ukur.

Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel atau tidak reliabelnya suatu instrument penelitian. Salah satunya dengan melihat perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%). Jika pengujian dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach* maka r_{hitung} akan diwakili oleh nilai Alpha.

Uji coba terhadap instrument untuk validitas kinerja pegawai (Y) diberikan kepada 96 orang diluar sampel, dengan menggunakan teknik korelasi product moment. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Pengujian Validitas Keputusan (Y)

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,460	0,168	Valid
2	0,649	0,168	Valid
3	0,709	0,168	Valid
4	0,696	0,168	Valid
5	0,584	0,168	Valid
6	0,399	0,168	Valid

Sumber : Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 20.0

Berdasarkan data tabel diatas, nilai r_{hitung} menunjukkan bahwa dari 6 butir angket dalam variabel Keputusan (Y) dinyatakan valid semua karena sudah memenuhi syarat $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga dapat dinyatakan bahwa 6 pertanyaan tersebut layak digunakan dalam penelitian.

Dilihat dari sudut reabilitas angket untuk variabel keputusan (Y) berdasarkan hasil perhitungan reabilitas dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* dinyatakan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.6
Perhitungan Reabilitas Angket Variabel Keputusan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.604	6

sumber: Data di olah 2019

Dari hasil output *reliability statistic* di atas di peroleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,678 dengan jumlah pertanyaan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden $N=96$ dan $df=N-2=96-2=94$ adalah 0,168. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* $0,604 > 0,168$. Sehingga dapat di simpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga di tunjukan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar $0,168 - 1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian sangat reliabel.

3. Uji Hipotesis

1. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik P-Plot. Jika data menyebar disekitar garis regional dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi telah berdistribusi secara normal atau tidak. Data yang terdistribusi normal artinya data sampel tersebut dapat mewakili populasi. Data yang dikatakan normal apabila signifikasinya lebih dari 0,05.

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

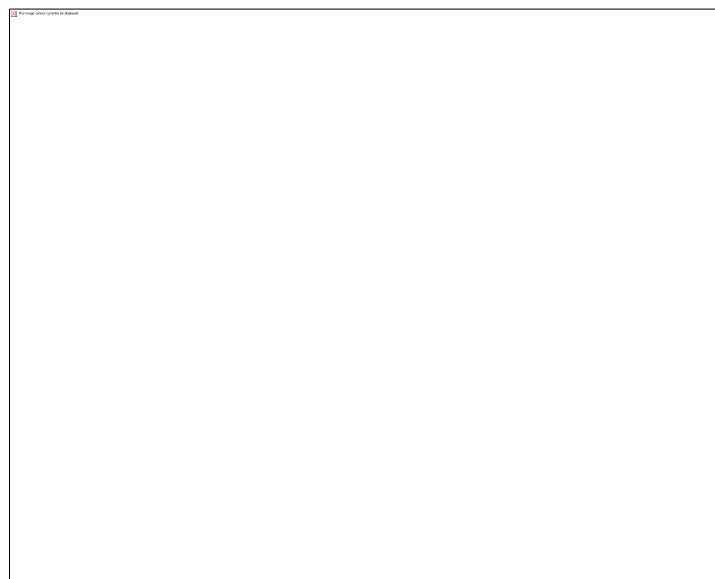
		Unstandardized Predicted Value
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	23.9479167
	Std. Deviation	2.16223595
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.094
	Negative	-.091
Kolmogorov-Smirnov Z		.917
Asymp. Sig. (2-tailed)		.370

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data di olah 2019

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa tingkat sig $0,370 > 0,05$. Hal ini dapat diartikan tingkat signifikansinya lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.



Gambar 4.2 Uji Normalitas

Pada gambar di atas menunjukkan bahwa titik menyebar disekitar diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh berdistribusi dengan normal.

2. Uji Regresi Linear Sederhana

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (Kepercayaan peserta) terhadap variabel dependen (Keputusan) pada PT Jasa Raharja (Persero) Perwakilan TK 1 Medan.

Tabel 4.8
Hasil Perhitungan Regresi Linear Sederhana

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	6.511	1.977		3.293	.001		
	X	.739	.083	.676	8.887	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data di olah 2019

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel di atas di peroleh model persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 6,511 + 0,739X + e$$

Adapun penjas dari persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 6,511 menyatakan bahwa jika kepercayaan, diabaikan atau sama dengan nol, maka keputusan klaim dana santunan adalah sebesar 6,511
2. Koefisien regresi Kepercayaan Peserta (X) sebesar 0,739 menyatakan 1 Satuan bahwa setiap terjadi peningkatan variabel Kepercayaan Peserta maka akan mempengaruhi keputusan Dana Santunan Peserta klaim pada kantor Jasa Raharja (Persero) perwakilan TK 1 Medan sebesar 0,739 dengan faktor lain konstanta

3. Uji Statistik

1. Pengujian Secara Individual (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan Peserta secara parsial terhadap keputusan dana santunan, yang di uji pada tingkat signifikan 0,05 dengan dasar keputusan dengan melihat nilai perbandingan antara $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga hipotesis dapat diterima. Adapun rumus perhitungan t_{tabel} adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= n \text{ (Jumlah Sampel)} - k \text{ (Jumlah Variabel X + Y)} \\
 &= 96 - 2 \\
 &= 1,66123
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan rumus di atas, dapat diketahui bahwa dengan derajat bebas 100 dan tingkat signifikan 0,05 di peroleh t_{tabel} sebesar 1,66123

Tabel 4.9
Hasil Uji t (Parsial)

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.511	1.977		3.293	.001		
	X	.739	.083	.676	8.887	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data di olah 2019

Berdasarkan perhitungan SPSS, diperoleh angka r_{hitung} kepercayaan peserta (X) sebesar $0,739 >$ dari t_{tabel} 1,66123 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis diterima yaitu kepercayaan peserta secara parsial berpengaruh terhadap keputusan dana satuan klaim nasabah pada kantor Jasa Raharja (Persero) Perwakilan TK 1 Medan.

2. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji koefisien determinan atau R^2 bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen/bebas (variabel kepercayaan peserta) menjelaskan variabel dependen terikat (keputusan klaim dana santunan) atau untuk mengetahui besar persentase variasi yang di jelaskan pada variabel bebas. Dari hasil hasil data yang di ola dengan SPSS 20 *for windows* menghasilkan tabel berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji R^2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676 ^a	.457	.451	2.371

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data di olah 2019

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinan (R^2) 0,451 yang berarti variabel Kepercayaan Peserta (X) menjelaskan pengaruh terhadap variabel Keputusan Dana Klaim Peserta (Y) sebesar 45,7% sedangkan sisanya 52,30% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

3. Pembahasan Penelitian

Data dalam penelitian ini diambil dengan cara menyebarkan kuisioner kepada Para Peserta Klaim Dana Santunan di Jasa Raharja (Persero) Perwakilan TK1 Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan peserta terhadap keputusan klaim dana santunan. Populasi dalam penelitian ini adalah peserta klaim PT Jasa Raharja (Persero) Perwakilan TK 1 Medan selama 1 bulan dan dengan sampel 96.

1. Pengaruh Kepercayaan Pengajuan Klaim Peserta Terhadap Keputusan Klaim dana santunan.

Kepercayaan peserta dan keputusan dana klaim memiliki hubungan positif, yaitu semakin baik kepercayaan peserta maka akan semakin baik pula keputusan dana klaim peserta yang dimiliki oleh Jasa Raharja (Persero) Perwakilan Tk 1 Medan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Arif Reza Maharama, Noor Kholis, melakukan penelitian dengan judul pengaruh kepercayaan, kemudahan dan persepsi dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian jasa gojek di kota semarang yang dimediasi minat beli sebagai variabel intervening. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut: kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dan keputusan pembelian, dan terbukti bahwa minat beli mampu berperan sebagai variabel intervening. Hasil kepercayaan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dan keputusan pembelian, dan terbukti bahwa minat beli mampu berperan sebagai variabel intervening. Hasil persepsi resiko berpengaruh negative dan signifikan terhadap minat beli konsumen dan keputusan pembelian, dan terbukti bahwa beli mampu berperan sebagai variabel intervening⁵²

Kepercayaan peserta terhadap keputusan dana klaim santunan berhubungan positif. yaitu semakin baik kepercayaan peserta maka akan semakin baik pula keputusan dana klaim peserta yang dimiliki oleh Jasa Raharja (Persero) Perwakilan Tk 1 Medan. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Kartika Ayungtiyas, Hedra Gunawan melakukan penelitian ini dengan judul

⁵²Reza Mahara, Arif *kepercayaan, kemudahan dan persepsi dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian jasa gojek di ,kota semarang,* h. 12

pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian daring di aplikasi bukalapak pada mahasiswa politeknik negeri Batam. Hasilnya berdasarkan analisis yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial uji-t variabel kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian daring aplikasi bukalapak pada mahasiswa politeknik negeri Batam. Hasil koefisien determinan (R^2) sebesar 0,0482, yang berarti bahwa variabel keputusan pembelian daring dapat dijelaskan oleh variabel kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi sebesar 4,8%, sedangkan sisanya sebesar 95,2% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel diluar model.

Kepercayaan peserta terhadap keputusan dana klaim santunan berhubungan positif. yaitu semakin baik kepercayaan peserta maka akan semakin baik pula keputusan dana klaim peserta yang dimiliki oleh Jasa Raharja (Persero) Perwakilan Tk 1 Medan. Hasil ini tidak sejalan dengan Muhammad Bahrudi, Siti Zuhro, melakukan penelitian dengan judul pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk membangun loyalitas pelanggan tinggi diperlukan kepuasan pelanggan item cenderung terus membeli, variabel kepercayaan item kapasitas untuk menginstal beragam aplikasi dan item hasil jepretan kamera dan video jerneih, dan variabel tarikan dari pesaing memiliki nilai yang dibawah rata-rata yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kepercayaan peserta terhadap keberadaan dana klaim nasabah Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel kepercayaan peserta (X) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} 1,66123 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis diterima yaitu kepercayaan peserta secara parsial berpengaruh terhadap keputusan dana klaim nasabah. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai koefisien determinan R^2 0,457 yang berarti menjelaskan pengaruh keputusan dana klaim santunan (Y) sebesar 45,7% sedangkan 54,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

BAB V PENUTUP

1. Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh variabel kepercayaan peserta (X) terhadap kebradaan Klaim dana santunan (Y) pada jasa raharja (Persero), Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t secara parsial variabel kepercayaan peserta berpengaruh signifikan terhadap nilai keputusan klaim dana santunan dalam melakukan klaim pada jasa raharja (Persero) Tk 1 medan.
2. Berdasarkan hasil uji R² secara parsial variabel kepercayaan peserta berpengaruh terhadap variabel keputusan klaim dana santunan sebesar 45,70% sedangkan sisanya 52,30% dipengaruhi oleh variabel lain.

3. Saran

Berdasarkan penelitian ini yang dilakukan, penulis mengemukakan beberapa saran berikut ini:

1. Kepada karyawan di harapkan dengan adanya hasil penelitian ini di harapkan mampu untuk mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan peserta dana klaim santunan terutama dalam melayani klaim dana santunan antar karyawan dan antar sesama peserta.
2. Bagi Jasa Raharja (Persero) Perwakilan TK 1 Medan diharapkan lebih mengembangkan untuk meyakinkan kepercayaan peserta dalam melakukan
3. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya dalam melakukan penelitian selanjutnya dapat menanmbah variabel-variabel lainnya yang kiranya dapat memperluas penelitian ini seperti ini seperti variabel kepercayaan peserta dan keputusan klaim.

Daftar Pustaka

- Ainurrofiq. *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce*, Thesis: Universitas Brawijaya, Malang 2007.
- Arwani Mokhamad, Dkk, *Peran Karakteristik Individu Sebagai Moderato Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas* Kudus 2011
- Buku Panduan. Manual Administrasi Bidang Pelayanan, Pt Jasa Raharja, Penerbit Balai Pustaka, Jakarta 2004
- Effendy Dalam Khairani. *Ilmu Komunikasi*, Bandung : Pt Remaja Rosdakarya. 1999, 2004
- Rahayu Ekawati Ningsih, *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep Dan Praktek Pemasaran* Kudus Cetak Ii 2013
- Fasochah, *Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variable Mediasi* Jurnal Eknomi Manajemen Akuntansi 2011
- George A Steiner San Jhon Miner *Kebijakan Dan Strategi Manajemen*, Jakarta : Erlangga. 1997
- Hafied Canggara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : Pt Raja Grafindo Persada 2008
- Ibnu Syamsi *Pengambilan Keputusan Dan Sistem Informasi* Jakarta Bumi Aksara. 2000
- Jalaludin Rahmat. *Dalam Khairani, Psikologi Komunikasi*, Bandung : Pt Remaja Rosdakarya 2001
- Jonathan Sarwono. *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif: Menggunakan Prosedur Spss*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012
- Kementerian Agama Ri, *Al-Quran Dan Tafsirnya*, Jilid Vi, Jakarta: Lentera Abadi 2010
- Kementerian Agama Ri, *Al-Quran Dan Tafsirnya*, Jilid Vii, Jakarta: Lentera Abadi 2010

Nurudin. *Ilmu Komunikasi Ilmiah Dan Populer*, Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada. 2016

Onong Uchjana Effebdy. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Bandung : Pt Remaja Rosdakarya. 2005

Philip Kotler Dan Amstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta : Indeks Gramedia Group. 2004

Philip Kotler Dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ke-12 Jilid 1. Jakarta : Erlangga. 2002

Puwasito Andrik. *Komunikasi Multikultural*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2015

Save M Degun. *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, Jakarta Lembaga Pengkajian Budaya. 2006

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta Cv. 2012

Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2010

Suwarwan Ujang, *Perilaku Konsumen, Teori Dan Penerpannya Dalam Pemasaran* Bogor, 2011

Tjipto Fandy. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offiset. 2012

Webset Resmi Pt. Jasa Raharja, *Www.Jasaraharja.Co.Id*