

# PENGARUH PEMAHAMAN DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP MINAT BELI PRODUK ASURANSI MIKRO DI KELURAHAN CAKUNG TIMUR JAKARTA TIMUR

Heriansyah Putera<sup>1</sup>, Wahyuari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti  
[heriansyahputera@gmail.com](mailto:heriansyahputera@gmail.com)<sup>1</sup>, [wahyuarisoe@gmail.com](mailto:wahyuarisoe@gmail.com)<sup>2</sup>.

## ABSTRAK

Asuransi mikro memiliki fitur yang mudah, mudah diperoleh, dan dapat ditangani dengan cepat serta ditujukan untuk masyarakat berpenghasilan rendah. Diperkirakan masyarakat berpenghasilan rendah akan mendapat manfaat dari asuransi mikro ini. Judul penelitian ini adalah "Pengaruh Pemahaman dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Membeli Produk Asuransi Mikro di Kelurahan Cakung Timur Jakarta Timur". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pemahaman dan kepercayaan berdampak pada niat masyarakat untuk membeli produk asuransi mikro. Penelitian ini dilakukan di RW 13. Populasi penelitian ini terdiri dari warga RW 13, dan sampel yang digunakan sebanyak 71 responden. Koefisien determinasi serta persamaan regresi sederhana dan berganda dianalisis menggunakan software SPSS sebagai metode analisis data. 0,05 adalah probabilitas yang digunakan. Uji T Parsial untuk pengaruh variabel Pemahaman (X1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Membeli Produk Asuransi Mikro (Y) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , dan variabel Kepercayaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Membeli Asuransi Mikro Produk (Y) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji analisis data menunjukkan bahwa pengaruh variabel Pemahaman (X1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Membeli Produk Asuransi Mikro (Y). Dengan F-hitung sebesar  $348,641 > 3,13$  dari F-tabel dilakukan pengujian secara simultan (Uji F) terhadap variabel bebas yaitu Pengaruh Pemahaman dan Kepercayaan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel terikat yaitu minat beli dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu pemahaman dan kepercayaan. Menurut analisis penelitian ini, koefisien determinasi (R square) diuji dan ternyata 0,911, atau 91,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pemahaman dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat beli sebesar 91,1%, sedangkan sisanya sebesar 8,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** Pemahaman, Kepercayaan dan Minat Beli

## ABSTRACT

*Microinsurance has features that are easy, easy to obtain, and can be handled quickly and is aimed at low-income people. It is estimated that low-income people will benefit from this microinsurance. The title of this research is "The Influence of Public Understanding and Trust on Interest in Buying Microinsurance Products in Cakung Timur Village, East Jakarta". The purpose of this research is to find out whether understanding and trust have an impact on people's intention to buy microinsurance products. This research was conducted in RW 13. The population of this study consisted of residents of RW 13, and the sample used was 71 respondents. The coefficient of determination as well as simple and multiple regression equations were analyzed using SPSS software as a data analysis method. 0.05 is the probability used. Partial T test for the effect of the Comprehension variable (X1) has a significant effect on the Interest in Buying Microinsurance Products (Y) with a significance value of  $0.000 < 0.05$ , and the Trust variable (X2) has a significant effect on the Interest in Buying Microinsurance Products (Y) with a significance value  $0.000 < 0.05$ . The results of the data analysis test show that the influence of the Comprehension variable (X1) has a significant effect on the Interest in Buying Microinsurance Products (Y). With an F-count of  $348.641 > 3.13$  from the F-table, a simultaneous test (F test) was carried out on the independent variable, namely the effect of understanding and trust. This shows that the dependent variable, namely buying interest, is influenced by the independent variables, namely understanding and trust. According to the analysis of this study, the coefficient of determination (R square) was tested and found to be 0.911, or 91.1%. This shows that the variables*

*of understanding and trust have an influence on purchase intention of 91.1%, while the remaining 8.9% is influenced by other factors not discussed in this study.*

**Keywords:** *The Understanding, Trust and Buying Interest.*

## 1. PENDAHULUAN

Setiap orang dalam hidupnya terus-menerus dihadapkan pada kejadian tak terduga yang akan mengakibatkan kerugian baik bagi individu maupun bisnis, banyak orang berusaha menghindari risiko karena keinginan untuk selalu aman dan hidup damai. Anda akan menghadapi risiko tambahan di mana pun Anda menghindarinya. Karena setiap aktivitas pasti mengandung resiko, resiko merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan. Kemungkinan kerugian yang tidak diantisipasi atau tidak diinginkan disebut risiko. Oleh karena itu risiko adalah keadaan ketidakpastian atau kemungkinan terjadinya sesuatu, yang jika terjadi akan mengakibatkan kerugian.

Manusia tidak dapat memprediksi apa yang akan dia lakukan besok atau kapan dia akan meninggal. Setiap kali serangkaian ancaman terhadap kehidupan, harta benda, kehormatan, agama, dan tanah air muncul dengan sendirinya kepada manusia. Manusia juga menghadapi berbagai faktor risiko kecelakaan, antara lain kebakaran, perampokan, pencurian, sakit, dan kematian, kecelakaan kerja, serta kecelakaan transportasi kapal, darat, dan udara. Selain itu, ada tambahan ancaman mental, seperti ancaman ekonomi dan kecemasan mental.

Beberapa orang memerlukan asuransi untuk memenuhi kebutuhan masa depan yang tidak dapat diprediksi. karena asuransi adalah produk peradaban manusia dan hasil penilaian kebutuhan mendasar manusia—keinginan untuk merasa aman dan terlindungi dari potensi kerugian. Asuransi adalah hasil dari usaha akal manusia untuk menciptakan suatu keadaan yang dapat memenuhi kebutuhannya, terutama kebutuhannya yang paling mendasar, seperti rasa aman dan terlindungi.

Perusahaan asuransi secara terbuka menawarkan perlindungan atau harapan di masa depan kepada individu, kelompok, atau lembaga lain dengan imbalan kemungkinan mereka akan menderita kerugian tambahan karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak ditentukan. Yakin. Selain itu, perusahaan asuransi membackup penghasilan orang tersebut dengan menjamin tempat mereka bekerja akan tetap eksis. Akibatnya, dapat dikatakan bahwa memiliki perusahaan asuransi di masyarakat jauh lebih baik bagi semua orang daripada tidak memilikinya. Tidak bisa dipungkiri, berdasarkan data aktual, hanya sebagian kecil masyarakat Indonesia yang menyadari pentingnya asuransi. Ini karena premi asuransi begitu mahal, padahal itu diperlukan untuk memperbaiki kondisi seseorang ketika terjadi sesuatu yang buruk. Padahal, masyarakat Indonesia kelas ekonomi menengah ke bawah 3 membutuhkan perlindungan asuransi karena jika terjadi keadaan yang tidak terduga, mereka tidak dapat mengambil tindakan apa pun karena tidak memiliki tabungan dan asuransi. Sayangnya, terlepas dari kenyataan bahwa konsumen menyadari nilai asuransi dan keberadaannya, mereka jarang mengambil inisiatif untuk membeli pertanggungan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan mereka. Banyak orang percaya bahwa membeli asuransi memerlukan proses yang rumit. Selain itu, masyarakat berpendapat bahwa premi asuransi terlalu tinggi untuk terjangkau oleh individu berpenghasilan rendah. Karena keraguan tersebut, kebutuhan masyarakat akan perlindungan kerugian finansial tidak akan terpenuhi jika asuransi tidak disosialisasikan secara aktif dan efektif. Pemahaman yang lebih dalam tentang asuransi diperlukan untuk mencapai hal ini.

Nana Sudjana (2016) menyatakan bahwa pemahaman adalah tipe hasil belajar yang setingkat lebih tinggi dari pada pengetahuan, misalnya berikan contoh lain dari apa yang telah dicontohkan, jelaskan sesuatu yang telah mereka baca atau dengar menggunakan struktur kalimat mereka sendiri, atau gunakan petunjuk untuk menerapkannya pada kasus lain. Sedangkan Menurut Sudaryono (2012), pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti dan memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui atau diingat, yang mencakup kemampuan untuk menangkap makna dari arti dan bahan yang telah dipelajari, yang dinyatakan dengan menguraikan isi pokok dari suatu bacaan, atau mengubah data yang disajikan dalam bentuk tertentu ke bentuk yang lain. Menurut Widiasworo (2017) bahwa "Pemahaman merupakan kemampuan untuk menghubungkan atau mengasosiasikan informasi-informasi yang dipelajari menjadi 'satu gambar' yang utuh di otak kita". Pemahaman juga dapat didefinisikan sebagai kapasitas untuk menghubungkan atau mengasosiasikan potongan-potongan informasi yang berbeda yang sebelumnya telah disimpan dalam basis data otak kita.

Masyarakat yang sudah tumbuh pemahamannya terhadap asuransi tentu saja diharapkan semakin meningkat kepercayaan akan pentingnya manfaat asuransi tersebut baginya, yang mana kepercayaan menurut Gefen (2002), merupakan suatu kesediaan untuk membuat dirinya peka ke dalam tindakan yang diambil oleh pihak yang dipercaya yang didasarkan pada keyakinan. Sedangkan menurut Maharani (2010) kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya.

Pemerintah Indonesia baru-baru ini mengadvokasi asuransi mikro berbasis masyarakat sebagai akibat dari hal ini. Pasar asuransi mikro Indonesia terdiri dari individu berpenghasilan rendah yang membutuhkan asuransi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan mereka. Asuransi mikro, berbeda dengan asuransi konvensional pada umumnya, merupakan produk asuransi yang ditujukan untuk masyarakat berpenghasilan rendah. Asuransi mikro dapat membantu keluarga berpenghasilan rendah menghadapi berbagai risiko, pulih darinya, dan menghindari kemiskinan lebih lanjut.

Dalam kasus di Indonesia, pekerja pedesaan dan perkotaan berpenghasilan rendah, nelayan, pekerja pabrik, pramuniaga, pembantu rumah tangga, pengemudi, dan pedagang kecil merupakan target pasar utama asuransi mikro. Di Indonesia, populasi ini cukup besar dan akses ke pilihan asuransi terbatas. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menetapkan nilai premi maksimum asuransi mikro ini sebesar Rp. 50.000 (lima puluh ribu rupiah) untuk memudahkan masyarakat berpenghasilan rendah yang ingin berasuransi untuk mendapatkannya, dengan harapan masyarakat Indonesia akan terus mengetahui dan mempercayainya. Di sisi permintaan, masyarakat berpenghasilan rendah masih kurang memiliki kesadaran akan manfaat asuransi mikro dan kemampuan untuk menggunakannya. Untuk memberikan informasi yang tepat kepada masyarakat umum, kesadaran asuransi mikro perlu ditangani melalui pendidikan dan kampanye. Ada persepsi bahwa produk asuransi mahal dan pengajuan klaim memakan waktu, keduanya membutuhkan pengetahuan tentang asuransi mikro. Dalam hal kemampuan finansial, produk asuransi yang terjangkau bagi masyarakat berpenghasilan rendah sangatlah penting. Yang terpenting, agar produk asuransi mikro dapat menjangkau pasar berpenghasilan rendah, mereka harus beroperasi, dengan biaya distribusi dan operasional yang rendah serta proses penyelesaian klaim yang efektif. Selain itu, polis asuransi mikro harus sederhana, lugas, dan mudah dipahami oleh masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah agar dapat menarik minat mereka untuk membelinya. Berdasarkan hal tersebut di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan masyarakat

dengan minat membeli asuransi mikro, khususnya di Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, dan Kota Jakarta Timur.

## **2. METODE PENELITIAN**

### **2.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini berada di Kecamatan Cakung Kota Jakarta Timur di DKI Jakarta tepatnya di Kelurahan Cakung Timur. Daerah tersebut dipilih oleh penulis karena mudah untuk mendapatkan data yang diperlukan dari sana. Untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini, kuesioner dibagikan kepada peserta masing-masing pada Agustus 2021 dan Januari 2022.

### **2.2 Metode, Sifat dan Jenis Data**

Penelitian Menurut Siyoto dan Ali (2016), dalam buku dasar metodologi penelitian, mengemukakan metodologi penelitian merupakan langkah atau cara yang dapat digunakan seseorang dalam melakukan sebuah penelitian dan melakukan analisis kritikal dari metode penelitian. Penelitian ini menggunakan temuan analisis deskriptif dalam hubungannya dengan metode penelitian survei. Metode penelitian survei melibatkan melakukan penelitian pada populasi besar atau kecil. Data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut kemudian dipelajari, dan peristiwa relatif, distribusi, dan hubungan antara variabel sosiologis dan psikologis kemudian dikumpulkan. Penelitian analisis deskriptif, sebaliknya, berfokus pada situasi, kondisi, peristiwa, dan kegiatan lain serta menyajikan temuannya dalam bentuk laporan akhir. Penelitian ini memanfaatkan data penelitian kuantitatif. Data penelitian yang hasilnya disajikan dalam bentuk angka dan analisis statistik dikenal dengan penelitian kuantitatif.

### **2.3 Jenis dan Sumber Data**

Dalam hal membuktikan hipotesis dan mencapai tujuan penelitian, data merupakan komponen penting. Jenis data yang akan digunakan harus ditentukan melalui penelitian. Penulis menggunakan data primer dan sekunder dalam penelitian ini. Berikut penjelasan lebih lanjut:

Data Primer Menurut Hasan (2002), ialah jenis data yang diperoleh langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer di dapat dari sumber informan yaitu individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Data primer ini antara lain; a) Catatan hasil wawancara. b) Data-data mengenai informan. c) Hasil observasi lapangan, sedangkan data sekunder menurut Hasan (2002) adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literature, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya.

### **2.4 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data akan menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian, maka pengumpulan data merupakan bagian penting dari proses penelitian. Oleh karena itu, pertimbangan yang cermat harus diberikan pada metode pengumpulan data. Untuk mengetahui apakah pemahaman dan kepercayaan masyarakat berdampak pada minat, penelitian ini menggunakan kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan survey atau pertanyaan, baik tertulis maupun tidak tertulis, yang dapat dijawab oleh masyarakat sebagai responden. Untuk mengetahui

apakah ada Pengaruh Pemahaman dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Mikro di Kelurahan Cakung Timur Jakarta Timur. Skala Likert digunakan dalam survei ini untuk memilih tanggapan. Respon responden terhadap pertanyaan tentang fenomena sosial diukur dengan menggunakan skala likert. Skor atau nilai tanggapan responden untuk masing-masing indikator adalah sebagai berikut: Sangat Setuju: Dengan skor 5, Setuju: Dengan skor 4, Cukup Setuju: Dengan peringkat 3, tidak setuju: Dengan peringkat 2, sangat tidak setuju: Diberi skor 1.

### 3. ANALISA HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Analisa Hasil

Penelitian ini dilakukan di RW 13 Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta dengan jumlah penduduk 250 orang. Rumus Slovin digunakan untuk mengumpulkan 71 sampel penelitian. Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Analisis Regresi Linier, Uji Koefisien Determinasi, dan uji hipotesis dengan uji T dan F adalah beberapa uji yang digunakan oleh peneliti. Pemahaman masyarakat, pengaruh kepercayaan masyarakat, dan minat beli produk asuransi mikro yang diukur dengan sepuluh pertanyaan.

##### 3.1.1. Deskripsi Responden

Pada bagian ini, penulis menjelaskan temuan penelitiannya kemudian mengolah data untuk mengetahui bagaimana kepercayaan dan pemahaman masyarakat mempengaruhi minat konsumen terhadap produk asuransi mikro di antara 71 responden. Informasi yang dikumpulkan tentang profil responden dapat ditemukan di bawah ini.

##### a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-Laki	42	59,2%
Perempuan	29	40,8%

Sumber: Data diolah peneliti

Dari tabel 1 di atas, responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat bahwa terdapat 59,2% laki-laki dan 40,8% responden perempuan.

##### b. Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2. Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
21-40	45	63,4%
41-60	26	36,6%

Sumber: Data diolah peneliti

Dari tabel 2 di atas, responden berdasarkan usia dapat dilihat bahwa terdapat 63,4% responden dengan usia 21-40 dan 36,6% responden dengan usia 41-60 tahun.

##### c. Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tabel 3. Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan

Tingkat Penghasilan	Jumlah Responden	Persentase
Rp 500.000 – Rp 1.500.000	37	52,3%
Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000	34	47,7%

Sumber : Data diolah peneliti

Dari tabel 3 di atas, responden yang memiliki tingkat penghasilan dapat dilihat terdapat 52,3% responden yang berpenghasilan Rp 500.000 - Rp 1.500.000, dan 47,7% responden yang berpenghasilan Rp 1.500.000 - Rp 2.500.000

### 3.1.2. Uji Validitas

“Korelasi Product Moment” dari Pearson, dengan tingkat kepercayaan 5% atau standard error 0,05, digunakan untuk menguji validitas ini. Dengan menghubungkan skor total dengan nilai setiap item, hal ini tercapai. Uji validitas yang dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS menghasilkan keluaran seperti di bawah ini.

**Tabel 4.** Hasil Uji Validitas

Variabel	R-Tabel	R-Hitung	Keterangan
X1.1	0.361	,753	VALID
X1.2	0.361	,868	VALID
X1.3	0.361	,649	VALID
X1.4	0.361	,787	VALID
X1.5	0.361	,722	VALID
X1.6	0.361	,728	VALID
X1.7	0.361	,723	VALID
X1.8	0.361	,725	VALID
X1.9	0.361	,753	VALID
X1.10	0.361	,868	VALID
X2.1	0.361	,669	VALID
X2.2	0.361	,665	VALID
X2.3	0.361	,492	VALID
X2.4	0.361	,547	VALID
X2.5	0.361	,594	VALID
X2.6	0.361	,763	VALID
X2.7	0.361	,723	VALID
X2.8	0.361	,568	VALID
X2.9	0.361	,669	VALID
X2.10	0.361	,665	VALID
Y.1	0.361	,728	VALID
Y.2	0.361	,658	VALID
Y.3	0.361	,568	VALID
Y.4	0.361	,783	VALID
Y.5	0.361	,870	VALID
Y.6	0.361	,729	VALID
Y.7	0.361	,551	VALID
Y.8	0.361	,646	VALID
Y.9	0.361	,728	VALID
Y.10	0.361	,658	VALID

Sumber : Data diolah peneliti

Terdiri dari sepuluh pertanyaan tentang pemahaman variabel (X1), sepuluh pertanyaan tentang kepercayaan (X2), dan sepuluh pertanyaan tentang minat beli (Y) berdasarkan hasil uji validitas. Secara keseluruhan item pernyataan pada variabel penelitian memiliki r-hitung lebih besar dari r-tabel yaitu pada taraf signifikan 5% ( $= 0,05$ ) dan  $n = 71$  sehingga menghasilkan r-tabel sebesar

0,361. Terlihat dari hasil tersebut, r-hitung lebih besar dari r-tabel, yang menunjukkan bahwa semua variabel tersebut dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

### 3.1.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat apakah alat ukur tersebut reliabel (dapat dipercaya oleh alat pengumpul data) jika hasilnya konsisten ketika digunakan pada waktu yang berbeda. Instrumen yang digunakan dalam uji reliabilitas ini dikatakan reliabel jika (koefisien alfa) lebih besar dari 0,60.

**Tabel 5.** Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan

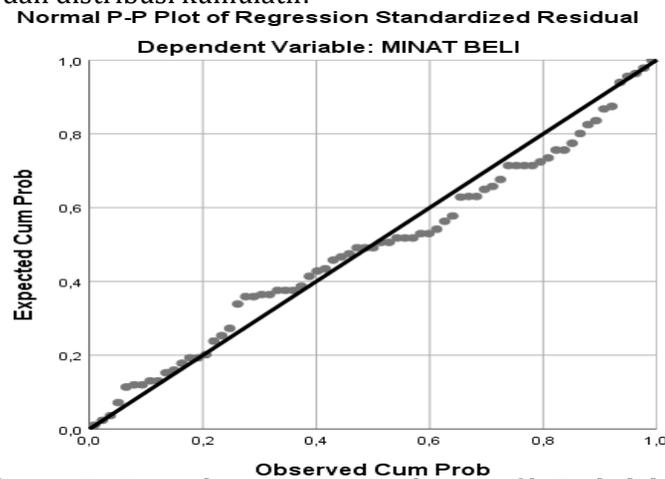
No	Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
1	Pemahaman (X1)	0,922	Reliable
2	Kepercayaan (X2)	0,864	Reliable
3	Minat Beli (Y)	0,879	Reliable

Sumber: Data diolah peneliti

Dari hasil uji reliabilitas peneliti dapat dilihat bahwa semua variabel memiliki nilai Alpha lebih besar dari 0,60 yang berarti semuanya reliabel.

### 3.1.4. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan dalam model regresi untuk mengetahui apakah variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Grafik plot probabilitas digunakan dalam penelitian ini. Plot probabilitas dapat digunakan untuk membandingkan distribusi normal dengan data kumulatif dan distribusi kumulatif.



**Gambar 1.** Uji Normalitas Dengan Analisis Grafik *Probability plot*

### 3.1.5. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Banyaknya sampel pada penelitian ini adalah 71 responden, sehingga penulis menggunakan uji partial dengan rumus  $df = n - 2$  atau  $df = 71 - 2 = 69$  dan tingkat kemungkinan pengaruh / signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05 atau 5% maka diperoleh t-tabel sebesar 1.99547.

**Tabel 6.** Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		T-Hitung	Sig.
1	(Constant)	0,794	0,430
	Pemahaman	5,860	0,000
	Kepercayaan	8,715	0,000

Sumber : data diolah peneliti

Berdasarkan data tabel 6 di atas, hasil analisis Uji T sebagai berikut:

- Hasil untuk variabel pemahaman (X1) adalah  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,860 > 1,99547$ ) dan  $sig. = 0,000 < 0,05$ , nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan sig, menunjukkan bahwa variabel pemahaman berpengaruh terhadap variabel minat beli. lebih rendah dari 0,05
- Hasil yang diperoleh untuk variabel kepercayaan (X2) adalah  $sig$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,715 > 1,99547$ ). = 0,000 0,05 maka t hitung lebih besar dari t tabel dan sig lebih kecil dari 0,05 maka variabel kepercayaan berpengaruh kecil namun signifikan terhadap variabel minat beli.

Berdasarkan data di atas, maka kesimpulannya adalah :

- Dengan nilai t-hitung X1 sebesar 5,860 dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel minat beli dipengaruhi sebagian oleh variabel pemahaman.
- Dengan nilai t-hitung X2 sebesar 8,715 dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel minat beli dipengaruhi sebagian oleh variabel kepercayaan.

### 3.1.6. Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan digunakan untuk melihat apakah dua variabel independen — Pemahaman dan Kepercayaan — berpengaruh terhadap variabel dependen — Niat Membeli — pada saat yang bersamaan. Dengan menggunakan rumus derajat kebebasan  $df(n1) = k - 1$  atau  $df1 = 3 - 1 = 2$  dan  $df(n2) = n - k$  atau  $df2 = 71 - 3 = 68$ , diperoleh f-tabel 3,13 untuk ini uji simultan dengan taraf signifikansi 5%.

**Tabel 7.** Hasil Uji f

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regresion	2578.050	2	1289.025	348.641	,000 <sup>b</sup>
Residual	251.415	68	3.697		
Total	2829.465	70			
a. Dependent Variabel : Minat Beli					
b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, PEMAHAMAN					

Sumber : data diolah peneliti

Mengingat Tabel 7 sebelumnya, sig. F  $0,000 < 0,05$  ketika f-hitung lebih besar dari f-tabel ( $348,641 > 3,13$ ). Karena kedua variabel (Pemahaman dan Kepercayaan) berpengaruh terhadap variabel dependen (Minat Beli) secara bersamaan, maka Uji F menerima H1 dan menolak H0 dari data tersebut.

### 3.1.7. Analisa Regresi Linier

Untuk melihat apakah ada hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) digunakan analisis regresi linier.

**Tabel 8.** Analisis Regresi Linier

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized
		B	Std. Error
1	(Constant)	1.071	1.348
	Pemahaman	0.347	0.059
	Kepercayaan	0.624	0.072

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan Tabel 8 di atas, berikut adalah perhitungan dengan rumus

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 1.071 + 0.347 (X_1) + 0.624 (X_2)$$

Keterangan :

Y = Minat Beli

X1 = Pemahaman

X2 = Kepercayaan

Berikut adalah hasil analisis data tersebut:

$\alpha = 1.071$  adalah konstanta yang menunjukkan bahwa jika X (Pemahaman dan Kepercayaan) konstan atau X = 0, maka Y (Minat Beli) akan terjadi peningkatan sebesar 1.071

B1= 0.347 menunjukkan bahwa setiap adanya kenaikan pada satuan variabel pemahaman, akan menambah minat beli produk asuransi mikro (Y) sebesar 0.347.

B2= 0.624 menunjukkan bahwa setiap adanya kenaikan pada satuan variabel kepercayaan, akan menambah minat beli produk asuransi mikro (Y) sebesar 0.624.

Sehingga dapat di simpulkan sebagai berikut:

- Untuk koefisien regresi pengaruh pemahaman terhadap minat beli sebesar *Positif* 0.347.
- Untuk koefisien regresi pengaruh kepercayaan terhadap minat beli sebesar *Positif* 0.624.

### 3.1.8 Uji Koefisien Determinasi

Persentase pengaruh pemahaman (X1) dan kepercayaan (X2) terhadap minat beli (Y) dihitung dengan menggunakan uji koefisien determinasi.

**Tabel 9.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,955	0.911	0.909	1.923
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Pemahaman				
b. Dependent Variable: Minat Beli				

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan Tabel 9 di atas, koefisien determinasi ( $K_d$ ) =  $(r^2) \times 100$  persen, atau  $K_d = 0,9552 \times 100$  persen = 95,52%, menunjukkan bahwa variabel pemahaman dan kepercayaan berpengaruh terhadap 95,52 persen minat terhadap produk asuransi mikro, sedangkan sebagian besar lainnya atau 4,48% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

### 3.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat diperoleh dengan pembahasan sebagai berikut:

#### a. Pengaruh antara Pemahaman (X1) dengan Minat Beli (Y)

Jika  $t$  hitung = 5,860 lebih besar dari  $t$ -tabel = 1,99547, maka  $H_1$  atau Hipotesis Pertama dapat diterima dan nilai signifikansinya lebih kecil dari = 0,05. Kesimpulan yang dapat diambil dari data tersebut adalah minat beli (Y) berpengaruh signifikan terhadap variabel pemahaman (X1).

Hasil analisis koefisien determinasi, dimana nilai  $r$  sebesar 0,911, mendukung pengaruh pemahaman (X1) terhadap minat beli (Y), selain pengujian hipotesis. Berdasarkan temuan tersebut, minat beli (Y) dipengaruhi secara kuat dan signifikan oleh variabel pemahaman (X1).

#### b. Pengaruh antara Kepercayaan (X2) dengan Minat Beli (Y)

Jika  $t$ -hitung = 8,715 lebih besar dari  $t$ -tabel = 1,99547, maka  $H_2$  atau hipotesis kedua dapat diterima, dan nilai signifikansinya lebih kecil dari = 0,05. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kepercayaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y).

Hasil analisis korelasi, dimana nilai  $r$  sebesar 0,911, mendukung pengaruh antara kepercayaan (X2) dengan minat beli (Y), selain pengujian hipotesis. Berdasarkan temuan tersebut, minat beli (Y) dipengaruhi secara kuat dan signifikan oleh variabel kepercayaan (X2).

#### c. Pengaruh antara Pemahaman (X1) dan Kepercayaan (X2) dengan Minat Beli (Y)

Nilai probabilitas lebih kecil dari = 0,05, dan hasil pengujian hipotesis secara simultan (Uji F) antara variabel pemahaman (X1), kepercayaan (X2), dan minat beli (Y) lebih besar dari  $f$ -tabel = 3,13. Dapat ditarik kesimpulan bahwa minat beli (Y) dipengaruhi secara positif dan signifikan secara simultan oleh variabel pemahaman (X1) dan kepercayaan (X2).

Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel pemahaman (X1) dan kepercayaan (X2) memiliki hubungan dengan minat beli (Y) sebesar 91,1 persen, dan sisanya sebesar 8,9 persen dipengaruhi oleh faktor lain.

Berdasarkan temuan tersebut, niat untuk membeli produk asuransi mikro (Y) secara kuat dan signifikan dipengaruhi oleh kepercayaan (X2) dan pemahaman (X1).

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

### 4.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dijelaskan pada penelitian ini adalah pernyataan yang dibuat berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti dari kegiatan menganalisis dan menginterpretasikan data hasil perhitungan variabel X1 yaitu pemahaman dan X2 yaitu kepercayaan dan variabel Y yaitu minat beli produk asuransi mikro di Kelurahan Cakung Timur Jakarta Timur. Oleh karena itu hasil penelitian ini diperoleh peneliti dari proses penelitian data dengan metode yang telah ditentukan, sehingga hasil penelitian ini benar dan faktual. Dari hasil analisis yang telah peneliti lakukan, maka dapat disimpulkan:

1. Hasil perhitungan (X1)  $t$ -hitung = 5,860 >  $t$ -tabel = 1,99547 dan sig menunjukkan bahwa pemahaman minat beli produk asuransi mikro dipengaruhi oleh hasil uji- $t$  secara parsial = 0,000 < 0,05, artinya pemahaman berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian produk asuransi mikro di Kelurahan Cakung Timur Jakarta Timur.
2. Berdasarkan hasil Uji T secara partial terdapat pengaruh pemahaman terhadap minat beli produk asuransi mikro, yang diketahui dari hasil perhitungan (X1)  $t$ -hitung = 5,860 >  $t$ -tabel = 1,99547 dan sig. = 0,000 < 0,05, yang artinya terdapat pengaruh signifikan secara partial antara pengaruh

pemahaman terhadap minat beli produk asuransi mikro di Kelurahan Cakung Timur Jakarta Timur.

3. Hasil perhitungan (X2)  $t$ -hitung = 8,715 >  $t$ -tabel = 1,9954 dan sig menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat beli produk asuransi mikro berdasarkan hasil uji- $t$  secara parsial = 0.000 < 0.05, artinya di Kelurahan Cakung Timur Jakarta Timur kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk asuransi mikro.
4.  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima karena hasil uji  $F$  diketahui bahwa  $f$ hitung >  $f$ tabel (348,641 > 3,13), menunjukkan bahwa ada pengaruh simultan yang signifikan antara pemahaman dan kepercayaan terhadap niat membeli produk asuransi mikro di Kelurahan Cakung Timur, Jakarta Timur. Hal ini didukung oleh hasil pengujian koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa  $R^2 = 0,911$  yang berarti 91,1 persen masyarakat memahami dan mempercayai produk asuransi mikro.

#### 4.2. Saran

Rekomendasi yang dapat peneliti berikan kepada perusahaan asuransi yang utamanya menjual produk asuransi mikro untuk meningkatkan pemasarannya adalah berdasarkan kesimpulan yang diambil dari penjelasan sebelumnya.

1. Untuk perusahaan asuransi yang menjual produk asuransi mikro diharapkan lebih mengenalkan produknya terutama kepada masyarakat yang berpenghasilan rendah, selain membantu masyarakat untuk memahami asuransi mikro juga mendapat nasabah untuk ikut berasuransi.
2. Untuk masyarakat diharapkan lebih sadar berbagai risiko-risiko yang mungkin akan terjadi, dan juga jangan ragu untuk ikut berasuransi sebagai jaminan agar tidak mengalami kerugian yang lebih dalam.
3. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau penelitian lanjutan terkait masalah yang sama sebagai studi kasus yang lebih luas untuk menyempurnakan temuan penelitian penulis tentang "Pengaruh Pemahaman dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Membeli Produk Asuransi Mikro".

#### DAFTAR PUSTAKA

- Gefen, D. (2002). Customer Loyalty in E-Commerce. *Journal of the Association for Information Systems*, 27-51.
- Hartono, S. R. (1992). *Hukum Asuransi Dan Perusahaan Asuransi*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Hartono, S. R. (2008). *Hukum Asuransi Dan Perusahaan Asuransi*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Hasan, M. Iqbal. (2002). *Pokok- Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Maharani, A. D. (2010). "Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Syariah Cabang Semarang" (Skripsi). Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Siyoto, Sandu, dan Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sudjana, N. (2008). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sudjana, N. (2016). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian & Pengembangan, Research and Development*. Bandung: Alfabeta.

Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 9/SEOJK.05/2017 Tentang Produk Asuransi Mikro dan Saluran Pemasaran Produk Asuransi Mikro. (2017).

Syahatah, H. (2006). *Asuransi Dalam Perspektif Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.

Widiasworo, E. (2017). *Smart Study*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.