

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil temuan dari pengolahan data yang telah dikumpulkan. Secara rinci, bab ini membahas mengenai karakteristik responden dan menyajikan hasil pengujian dari pengolahan hipotesis yang ditawarkan dalam model penelitian.

4.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini menyebarkan kuesioner pada 300 responden. Data yang terkumpul dan layak untuk dianalisis sebanyak 300 responden. Sebanyak 300 responden mengisi dan menjawab setiap pertanyaan dengan lengkap. Data mengenai karakteristik responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

4.1.1. karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Pria	180	60%
2	Wanita	120	40%
	Total	300	100%

Tabel 4.1 mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menggambarkan bahwa responden pria berjumlah 180 orang atau 60 %, sedangkan responden wanita berjumlah 120 orang atau 40%. Jumlah responden pria lebih banyak dari jumlah responden wanita karena rata-rata

responden adalah agen asuransi PRUDENTIAL juga dimana profesi agent lebih banyak digeluti oleh yang berjenis kelamin pria.

4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 15	3	1.0	1.0	1.0
16	2	.7	.7	1.7
17	5	1.7	1.7	3.3
18	4	1.3	1.3	4.7
19	7	2.3	2.3	7.0
20	5	1.7	1.7	8.7
21	16	5.3	5.3	14.0
22	36	12.0	12.0	26.0
23	21	7.0	7.0	33.0
24	24	8.0	8.0	41.0
25	25	8.3	8.3	49.3
26	17	5.7	5.7	55.0

27	35	11.7	11.7	66.7
28	10	3.3	3.3	70.0
29	3	1.0	1.0	71.0
30	15	5.0	5.0	76.0
31	5	1.7	1.7	77.7
32	2	.7	.7	78.3
33	5	1.7	1.7	80.0
34	3	1.0	1.0	81.0
35	4	1.3	1.3	82.3
36	3	1.0	1.0	83.3
37	2	.7	.7	84.0
38	3	1.0	1.0	85.0
39	3	1.0	1.0	86.0
40	3	1.0	1.0	87.0
41	3	1.0	1.0	88.0
42	2	.7	.7	88.7
45	2	.7	.7	89.3
46	1	.3	.3	89.7
47	4	1.3	1.3	91.0
50	9	3.0	3.0	94.0

51	1	.3	.3	94.3
52	1	.3	.3	94.7
53	1	.3	.3	95.0
54	1	.3	.3	95.3
55	3	1.0	1.0	96.3
56	2	.7	.7	97.0
57	1	.3	.3	97.3
58	6	2.0	2.0	99.3
59	2	.7	.7	100.0
Total	300	100.0	100.0	

Tabel 4.2 mengenai karakteristik responden berdasarkan usia. Total seluruh responden adalah 300 orang yang terdiri dari responden yang berusia 15 tahun ada 3 orang, yang berusia 16 tahun ada 2 orang, yang berusia 17 tahun ada 5 orang, yang berusia 19 tahun ada 7 orang, yang berusia 20 ada 5 orang, yang berusia 21 tahun ada 16 orang, yang berusia 22 tahun ada 36 orang, yang berusia 23 tahun ada 21 orang, yang berusia 24 tahun ada 24 orang, yang berusia 25 ada 25 orang, yang berusia 26 ada 17 orang, yang berusia 27 ada 25 orang, yang berusia 28 ada 10 orang, yang berusia 29 ada 3 orang, yang berusia 30 ada 15 orang, yang berusia 31 ada 5 orang, yang berusia 32 ada 2 orang yang berusia 33 ada 5 orang, yang berusia 34 ada 3 orang, yang berusia 35 ada 4 orang, yang berusia 36 ada 3 orang, yang berusia 37 ada 2 orang,

yang berusia 38 ada 3 orang, yang berusia 39 ada 3 orang, yang berusia 40 ada 3 orang, yang berusia 41 ada 3 orang, yang berusia 42 ada 2 orang, yang berusia 45 ada 2 orang, yang berusia 46 ada 1 orang, yang berusia 47 ada 4 orang, yang berusia 50 ada 9 orang, yang berusia 51 ada 1 orang, yang berusia 52 ada 1 orang, yang berusia 53 ada 1 orang, yang berusia 53 ada 1 orang, yang berusia 54 ada 1 orang, yang berusia 55 ada 3 orang, yang berusia 56 ada 2 orang yang berusia 57 ada 1 orang, yang berusia 58 ada 6 orang, yang berusia 59 ada 2 orang.

Responden tertinggi di umur 22 tahun hal ini dikarenakan ketika pengisian kuesioner paling banyak di kantor PRUDENTIAL LEGACY di jalan Pasirkaiki 178, Bandung yang notabennya didominasi oleh anak muda.

4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Kartu Hospital

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Kartu Hospital

TIPE_KARTU_HOSPITAL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid low	206	68.7	68.7	68.7
middle	54	18.0	18.0	86.7
high	40	13.3	13.3	100.0
Total	300	100.0	100.0	

Tabel 4.3 mengenai karakteristik responden berdasarkan Tipe Kartu Hospital. Yang termasuk kartu Hospital low adalah kartu berjenis A, B, dan C, yang memiliki frekuensi 206 responden yang berjumlah 68%. Yang termasuk kartu Hospital golongan Middle adalah kartu yang berjenis D, dan E, yang memiliki frekuensi 54 responden yang berjumlah 54%. Yang termasuk kartu Hospital golongan high adalah kartu yang berjenis F, G, dan H yang memiliki frekuensi 40 responden yang berjumlah 13,3%. Karakteristik kartu low yang lebih mendominasi dikarenakan kartu dengan karakteristik low memiliki harga lebih murah dibandingkan karakteristik yang lainnya.

4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah

BERAPA_LAMA_MENJADI_NASABAH

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid low	164	54.7	54.7	54.7
middle	59	19.7	19.7	74.3
high	77	25.7	25.7	100.0
Total	300	100.0	100.0	

Tabel 4.4 mengenai karakteristik responden berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah. Yang termasuk lama menjadi nasabah golongan low adalah responden yang menggunakan layanan prudential selama 1 sampai 2 tahun, yang memiliki frekuensi 164 responden yang berjumlah 54,7%. Yang termasuk lama menjadi nasabah golongan Middle adalah responden yang menggunakan layanan prudential selama 3 sampai 4 tahun, yang memiliki frekuensi 59 responden yang berjumlah 19,7%. Yang termasuk katu Hospital golongan high responden yang menggunakan layanan prudential selama 1 sampai 2 tahun yang memiliki frekuensi 77 responden yang berjumlah 25,7%.

4.2. Hasil Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan uji asumsi *homogeneity of variance* untuk memenuhi multivariate asumsi *analysis of variance* (Manova), langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis yang diajukan.

Analisis statistik multivariat merupakan metode statistik yang memungkinkan peneliti melakukan penelitian terhadap lebih dari dua variable secara bersamaan. Dengan menggunakan teknik analisis ini maka kita dapat menganalisis pengaruh beberapa variable terhadap variabel – (variable) lainnya dalam waktu yang bersamaan.

Teknik analisis multivariat secara dasar diklasifikasi menjadi dua, yaitu analisis dependensi dan analisis interdependensi. Analisis dependensi berfungsi untuk menerangkan atau memprediksi variable (variable)

tergantung dengan menggunakan dua atau lebih variable bebas. Yang termasuk dalam klasifikasi ini ialah analisis regresi linear berganda, analisis diskriminan, analisis varian multivariate (MANOVA), dan analisis korelasi kanonikal Zikmund (1997: 634)

Manova mempunyai pengertian sebagai suatu teknik statistik yang digunakan untuk menghitung pengujian signifikansi perbedaan rata-rata secara bersamaan antara kelompok untuk dua atau lebih variable tergantung. Teknik ini bermanfaat untuk menganalisis variable-variabel tergantung lebih dari dua yang berskala interval atau rasio.

<http://www.jonathansarwono.info/mvariat/multivariat>

4.2.1. Pengaruh Tipe Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 4.5

Hasil Pengujian Berdasarkan Tipe Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Source	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected	1,537 ^a	2	,769	1,194	,304

Model					
Intercept	3002,963	1	3002,963	5868,404	
Tipe Kartu Hospital	1,537	2	0,769	1,194	0,304
Error	191,172	297	0,644		
Total	4964,750	300			
Corrected Total	192,709	299			

a. R Squared = .008 (Adjusted R Squared = .001)

Tabel 4.5 mengenai pengujian hipotesis pertama yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat interaksi atau pengaruh bersama antara variabel tipe konsumen, sebagai independen variabel pada kepuasan konsumen variabel dependen. Prosedur pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Ho: Tidak ada pengaruh antara tipe konsumen pada kepuasan konsumen asuransi prudential.
Ha: Ada pengaruh antara tipe konsumen pada kepuasan konsumen asuransi prudential
- b. Tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$
- c. Kriteria penerimaan: Ho ditolak apabila $\alpha \leq 0.05$
- d. Nilai α yang diperoleh dari *analysis of variance* (lampiran 3) adalah **0,304** berarti $\alpha > 0.05$.

- e. Hasil ini menunjukkan bahwa H_0 diterima atau H_a ditolak, pada tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$. Hal ini berarti ada tidak interaksi atau pengaruh antara tipe konsumen pada kepuasan konsumen asuransi prudential.

4.2.2 Pengaruh Tipe Konsumen Terhadap Trust

Tabel 4.6

Hasil Pengujian Berdasarkan Tipe Konsumen Terhadap Trust

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Trust

Source	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	1,487 ^b	2	,743	1,410	,246
Intercept	3092,846	1	3092,846	5868,404	,000
Tipe Kartu Hospital	1,487	2	,743	1,410	,246
Error	156,529	297	,527		
Total	5109,188	300			
Corrected Total	158,016	299			

b. R Squared = .009 (Adjusted R Squared = .003)

Tabel 4.6 mengenai pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat interaksi atau pengaruh bersama antara variabel tipe konsumen, sebagai independen variabel pada trust variabel dependen. Prosedur pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Ho: Tidak ada pengaruh antara tipe konsumen pada trust asuransi prudential.
Ha: Ada pengaruh antara tipe konsumen pada trust asuransi prudential
- b. Tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$
- c. Kriteria penerimaan: Ho ditolak apabila $\alpha \leq 0.05$
- d. Nilai α yang diperoleh dari *analysis of variance* (lampiran 3) adalah **0,246** berarti $\alpha > 0.05$.
- e. Hasil ini menunjukkan bahwa Ho diterima atau Ha dtolak, pada tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$. Hal ini berarti tak ada pengaruh antara tipe konsumen pada trust asuransi prudential.

4.2.3 Pengaruh Tipe Konsumen Terhadap Commitment

Tabel 4.7

Hasil Pengujian Berdasarkan Tipe Konsumen Terhadap Commitment

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Commitment

Source	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	,022 ^c	2	,011	,022	,978
Intercept	3154,634	1	3154,634	6224,409	,000
Tipe Kartu Hospital	,022	2	,011	,022	,978
Error	150,525	297	,507		
Total	5226,400	300			
Corrected Total	150,547	299			

c. R Squared = .000 (Adjusted R Squared = -.007)

Tabel 4.7 mengenai pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat interaksi atau pengaruh bersama antara variabel tipe konsumen, sebagai independen variabel pada commitment variabel dependen. Prosedur pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Ho: Tidak ada pengaruh antara tipe konsumen pada commitment asuransi prudential.

Ha: Ada pengaruh antara tipe konsumen pada commitment asuransi prudential

- b. Tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$
- c. Kriteria penerimaan: Ho ditolak apabila $\alpha \leq 0.05$
- d. Nilai α yang diperoleh dari *analysis of variance* (lampiran 3) adalah **0,978** berarti $\alpha > 0.05$.
- e. Hasil ini menunjukkan bahwa Ho diterima atau Ha ditolak, pada tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$. Hal ini berarti tidak ada pengaruh antara tipe konsumen pada commitment asuransi prudential.

4.2.4 Pengaruh Tipe Konsumen Terhadap Future Intentions.

Tabel 4.8

Hasil Pengujian Berdasarkan Tipe Konsumen Terhadap Future Intentions

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Future Intentions

Source	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	,224 ^d	2	,112	,244	,784
Intercept	3371,958	1	3371,958	7344,320	,000
Tipe Kartu	,224	2	,112	,244	,784

Hospital					
Error	136,360	297	,459		
Total	5525,625	300			
Corrected Total	136,584	299			

d. R Squared = .002 (Adjusted R Squared = -.005)

Tabel 4.8 mengenai pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat interaksi atau pengaruh bersama antara variabel tipe konsumen, sebagai independen variabel pada Future Intentions variabel dependen. Prosedur pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Ho: Tidak ada pengaruh antara tipe konsumen pada Future Intentions asuransi prudential.
Ha: Ada pengaruh antara tipe konsumen pada Future Intentions asuransi prudential
- b. Tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$
- c. Kriteria penerimaan: Ho ditolak apabila $\alpha \leq 0.05$
- d. Nilai α yang diperoleh dari *analysis of variance* (lampiran 3) adalah **0,784** berarti $\alpha > 0.05$.

- e. Hasil ini menunjukkan bahwa H_0 diterima atau H_a ditolak, pada tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$. Hal ini berarti tidak ada pengaruh antara tipe konsumen pada Future Intentions asuransi prudential.

4.2.5. Pengaruh Tipe Konsumen Terhadap Brand Satisfaction.

Tabel 4.9

Hasil Pengujian Berdasarkan Tipe Konsumen Terhadap Brand Satisfaction

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Brand Satisfaction

Source	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	,133 ^e	2	,066	,119	,887
Intercept	3272,325	1	3272,325	5896,244	,000
Tipe Kartu Hospital	,133	2	,066	,119	,887
Error	164,830	297	,555		
Total	5401,111	300			
Corrected Total	164,963	299			

e. R Squared = .001 (Adjusted R Squared = -.006)

Tabel 4.36 mengenai pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat interaksi atau pengaruh bersama antara variabel tipe konsumen, sebagai independen variabel pada Brand Satisfaction variabel dependen. Prosedur pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Ho: Tidak ada pengaruh antara tipe konsumen pada Brand Satisfaction asuransi prudential.

Ha: Ada pengaruh antara tipe konsumen pada Brand Satisfaction asuransi prudential

b. Tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$

c. Kriteria penerimaan: Ho ditolak apabila $\alpha \leq 0.05$

d. Nilai α yang diperoleh dari *analysis of variance* (lampiran 3) adalah **0,887** berarti $\alpha > 0.05$.

e. Hasil ini menunjukkan bahwa Ho diterima atau Ha ditolak, pada tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$. Hal ini berarti tidak ada pengaruh antara tipe konsumen pada Brand Satisfaction asuransi prudential.

4.2.6. Pengaruh Tipe Konsumen Terhadap Brand Familiarity.

Tabel 4.10

Hasil Pengujian Berdasarkan Tipe Konsumen Terhadap Brand Familiarity

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Brand Familiarity

Source	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	,327 ^f	2	,164	,253	,777
Intercept	3064,595	1	3064,595	4740,061	,000
Tipe Kartu Hospital	,327	2	,164	,253	,777
Error	192,020	297	,647		
Total	5105,000	300			
Corrected Total	192,347	299			

f. R Squared = .002 (Adjusted R Squared = -.005)

Tabel 4.10 mengenai pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat interaksi atau pengaruh bersama antara variabel tipe konsumen, sebagai independen variabel pada Brand Familiarity variabel dependen. Prosedur pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Ho: Tidak ada pengaruh antara tipe konsumen pada Brand Familiarity asuransi prudential.

Ha: Ada pengaruh antara tipe konsumen pada Brand Familiarity asuransi prudential

- b. Tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$
- c. Kriteria penerimaan: Ho ditolak apabila $\alpha < 0.05$
- d. Nilai α yang diperoleh dari *analysis of variance* (lampiran 3) adalah **0,777** berarti $\alpha > 0.05$.
- e. Hasil ini menunjukkan bahwa Ho diterima atau Ha ditolak, pada tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$. Hal ini berarti tidak pengaruh antara tipe konsumen pada Brand Familiarity asuransi prudential.

4.2.7. Pengaruh Tipe Konsumen Terhadap Brand Attitudes.

Tabel 4.11

Hasil Pengujian Berdasarkan Tipe Konsumen Terhadap Brand Attitudes

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Brand Attitudes

Source	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	,659 ^g	2	,329	,647	,524
Intercept	3316,995	1	3316,995	6518,809	,000

Tipe Kartu Hospital	,659	2	,329	,647	,524
Error	192,020	297	,647		
Total	151,124	297			
Corrected Total	151,782	299			

g. R Squared = .004 (Adjusted R Squared = -.002)

Tabel 4.11 mengenai pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat interaksi atau pengaruh bersama antara variabel tipe konsumen, sebagai independen variabel pada Brand Attitudes variabel dependen. Prosedur pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Ho: Tidak ada interaksi atau pengaruh antara tipe konsumen pada Brand Attitudes asuransi prudential.
Ha: Ada interaksi atau pengaruh antara tipe konsumen pada Brand Attitudes asuransi prudential
- b. Tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$
- c. Kriteria penerimaan: Ho ditolak apabila $\alpha \leq 0.05$
- d. Nilai α yang diperoleh dari *analysis of variance* (lampiran 3) adalah **0,524** berarti $\alpha > 0.05$.

- e. Hasil ini menunjukkan bahwa H_0 diterima atau H_a ditolak, pada tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$. Hal ini berarti tidak ada pengaruh antara tipe konsumen pada Brand Attitudes asuransi prudential.

4.2.8. Pengaruh Lama Menjadi Nasabah Terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 4.12

Hasil Pengujian Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah Terhadap

Kepuasan Konsumen

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Source	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	,064 ^a	2	,032	,049	,952
Intercept	3979,421	1	3979,421	6135,045	,000
Tipe Kartu Hospital	,064	2	,032	,049	,952
Error	192,645	297	,649		
Total	4964,750	300			
Corrected	192,709	299			

Total					
-------	--	--	--	--	--

a. R Squared = .008 (Adjusted R Squared = .001)

Tabel 4.12 mengenai pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat interaksi atau pengaruh bersama antara variabel tipe konsumen, sebagai independen variabel pada kepuasan konsumen variabel dependen. Prosedur pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Ho: Tidak ada pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada kepuasan konsumen asuransi prudential.
Ha: Ada pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada kepuasan konsumen asuransi prudential
- b. Tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$
- c. Kriteria penerimaan: Ho ditolak apabila $\alpha \leq 0.05$
- d. Nilai α yang diperoleh dari *analysis of variance* (lampiran 3) adalah **0,304** berarti $\alpha > 0.05$.
- e. Hasil ini menunjukkan bahwa Ho diterima atau Ha ditolak, pada tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$. Hal ini berarti tidak ada pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada kepuasan konsumen asuransi prudential.

4.2.9. Pengaruh Lama Menjadi Nasabah Terhadap Trust

Tabel 4.13

Hasil Pengujian Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah Terhadap Trust

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Trust

Source	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	,209 ^b	2	,104	,197	,822
Intercept	4141,792	1	4141,792	7795,061	,000
Tipe Kartu Hospital	,209	2	,104	,197	,822
Error	157,807	297	,531		
Total	5109,188	300			
Corrected Total	158,016	299			

b. R Squared = .001 (Adjusted R Squared = -.005)

Tabel 4.13 mengenai pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat interaksi atau pengaruh bersama antara variabel Lama Menjadi Nasabah, sebagai independen variabel pada trust variabel dependen. Prosedur pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Ho: Tidak ada pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada trust asuransi prudential.
- Ha: Ada pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada trust asuransi prudential
- b. Tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$
- c. Kriteria penerimaan: Ho ditolak apabila $\alpha \leq 0.05$
- d. Nilai α yang diperoleh dari *analysis of variance* (lampiran 3) adalah **0,822** berarti $\alpha > 0.05$.
- e. Hasil ini menunjukkan bahwa Ho diterima atau Ha ditolak, pada tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$. Hal ini berarti tidak ada interaksi atau pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada trust asuransi prudential.

4.2.10. Pengaruh Lama Menjadi Nasabah Terhadap Commitment

Tabel 4.13

Hasil Pengujian Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah Terhadap

Commitment

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Commitment

Source	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected	,065 ^c	2	,032	,064	,938

Model					
Intercept	4215,647	1	4215,647	8320,254	,000
Tipe Kartu Hospital	,065	2	,032	,064	,938
Error	150,482	297	,507		
Total	5226,400	300			
Corrected Total	150,547	299			

c. R Squared = .000 (Adjusted R Squared = -.006)

Tabel 4.13 mengenai pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat interaksi atau pengaruh bersama antara variabel Lama Menjadi Nasabah, sebagai independen variabel pada commitment variabel dependen. Prosedur pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Ho: Tidak ada pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada commitment asuransi prudential.
Ha: Ada pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada commitment asuransi prudential
- b. Tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$
- c. Kriteria penerimaan: Ho ditolak apabila $\alpha \leq 0.05$

- d. Nilai α yang diperoleh dari *analysis of variance* (lampiran 3) adalah **0,938** berarti $\alpha > 0.05$.
- e. Hasil ini menunjukkan bahwa H_0 diterima atau H_a ditolak, pada tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$. Hal ini berarti tidak ada interaksi atau pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada commitment asuransi prudential.

4.2.11. Pengaruh Lama Menjadi Nasabah Terhadap Future Intentions.

Tabel 4.14

Hasil Pengujian Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah Terhadap Future Intentions

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Future Intentions

Source	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	,241 ^d	2	,120	,262	,770
Intercept	4492,445	1	4492,445	9785,995	,000
Tipe Kartu Hospital	,241	2	,120	,262	,770
Error	150,482	297	,507		

Total	5525,625	300			
Corrected Total	136,584	299			

d. R Squared = .002 (Adjusted R Squared = -.005)

Tabel 4.14 mengenai pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat interaksi atau pengaruh bersama antara variabel Lama Menjadi Nasabah, sebagai independen variabel pada Future Intentions variabel dependen. Prosedur pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Ho: Tidak ada pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada Future Intentions asuransi prudential.
Ha: Ada pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada Future Intentions asuransi prudential
- b. Tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$
- c. Kriteria penerimaan: Ho ditolak apabila $\alpha \leq 0.05$
- d. Nilai α yang diperoleh dari *analysis of variance* (lampiran 3) adalah **0,770** berarti $\alpha > 0.05$.
- e. Hasil ini menunjukkan bahwa Ho diterima atau Ha ditolak, pada tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$. Hal ini berarti tidak ada interaksi atau pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada Future Intentions asuransi prudential.

4.2.12. Pengaruh Lama Menjadi Nasabah Terhadap Brand Satisfaction.

Tabel 4.15

Hasil Pengujian Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah Terhadap Brand Satisfaction

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Brand Satisfaction

Source	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	,373 ^e	2	,187	,337	,714
Intercept	4326,601	1	4326,601	7807,296	,000
Tipe Kartu Hospital	,373	2	,187	,337	,714
Error	164,590	297	,554		
Total	5401,111	300			
Corrected Total	164,963	299			

e. R Squared = .002 (Adjusted R Squared = -.004)

Tabel 4.15 mengenai pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat interaksi atau pengaruh bersama antara variabel Lama Menjadi Nasabah, sebagai independen variabel pada Brand Satisfaction variabel dependen. Prosedur pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Ho: Tidak ada pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada Brand Satisfaction asuransi prudential.

Ha: Ada pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada Brand Satisfaction asuransi prudential

b. Tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$

c. Kriteria penerimaan: Ho ditolak apabila $\alpha \leq 0.05$

d. Nilai α yang diperoleh dari *analysis of variance* (lampiran 3) adalah **0,714** berarti $\alpha > 0.05$.

e. Hasil ini menunjukkan bahwa Ho diterima atau Ha ditolak, pada tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$. Hal ini berarti tidak ada interaksi atau pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada Brand Satisfaction asuransi prudential.

4.2.13. Pengaruh Lama Menjadi Nasabah Terhadap Brand Familiarity.

Tabel 4.16

Hasil Pengujian Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah Terhadap Brand Familiarity

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Brand Familiarity

Source	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	1,401 ^f	2	,701	1,090	,338
Intercept	4084,684	1	4084,684	6353,391	,000
Tipe Kartu Hospital	1,401	2	,701	1,090	,338
Error	192,020	297	,647		
Total	5105,000	300			
Corrected Total	192,347	299			

f. R Squared = .007 (Adjusted R Squared = .001)

Tabel 4.36 mengenai pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat interaksi atau pengaruh bersama antara variabel Lama Menjadi Nasabah, sebagai independen variabel pada Brand Familiarity variabel dependen. Prosedur pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Ho: Tidak ada interaksi atau pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada Brand Familiarity asuransi prudential.

Ha: Ada interaksi atau pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada Brand Familiarity asuransi prudential

- b. Tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$
- c. Kriteria penerimaan: Ho ditolak apabila $\alpha \leq 0.05$
- d. Nilai α yang diperoleh dari *analysis of variance* (lampiran 3) adalah **0,338** berarti $\alpha > 0.05$.
- e. Hasil ini menunjukkan bahwa Ho diterima atau Ha ditolak, pada tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$. Hal ini berarti tidak ada interaksi atau pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada Brand Familiarity asuransi prudential.

4.2.14. Pengaruh Lama Menjadi Nasabah Terhadap Brand Attitudes.

Tabel 4.17

Hasil Pengujian Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah Terhadap Brand Attitudes

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Brand Attitudes

Source	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	1,658 ^g	2	,829	1,640	,196

Intercept	4426,239	1	4426,239	8756,707	,000
Tipe Kartu Hospital	1,658	2	,829	1,640	,196
Error	150,124	297	,505		
Total	5439,583	300			
Corrected Total	151,782	299			

g. R Squared = .011 (Adjusted R Squared = .004

Tabel 4.17 mengenai pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat interaksi atau pengaruh bersama antara variabel Lama Menjadi Nasabah, sebagai independen variabel pada Brand Attitudes variabel dependen. Prosedur pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Ho: Tidak ada pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada Brand Attitudes asuransi prudential.
Ha: Ada pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada Brand Attitudes asuransi prudential
- b. Tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$
- c. Kriteria penerimaan: Ho ditolak apabila $\alpha \leq 0.05$

d. Nilai α yang diperoleh dari *analysis of variance* (lampiran 3) adalah **0,196** berarti $\alpha > 0.05$.

e. Hasil ini menunjukkan bahwa H_0 diterima atau H_a ditolak, pada tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$. Hal ini berarti tidak ada interaksi atau pengaruh antara Lama Menjadi Nasabah pada Brand Attitudes asuransi prudential.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini menemukan tidak adanya interaksi pengaruh dari *customer segmentation* terhadap faktor-faktor aktifitas marketing, yaitu kepuasan, trust, commitment, future intentions, brand familiarity, brand satisfaction, dan brand attitudes. Pada level signifikansi 5% seluruh variabel menunjukkan tidak adanya interaksi atau pengaruh yang signifikan terhadap segmentasi berdasarkan Tipe Kartu Hospital/Rumah sakit seperti yang diperlihatkan tabel berikut:

Tabel 4.3.1

Hasil Uji Manova berdasarkan Tipe Kartu

Tests of Between-Subjects Effects						
Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TIPE_KARTU_HOSPITAL	rata_KK	1,537	2	,769	1,194	,304
	rata_T	1,487	2	,743	1,410	,246
	rata_C	,022	2	,011	,022	,978
	rata_F	,224	2	,112	,244	,784
	rata_BS	,133	2	,066	,119	,887
	rata_BF	,327	2	,164	,253	,777
	rata_BA	,659	2	,329	,647	,524

a. R Squared = .008 (Adjusted R Squared = .001)

- b. R Squared = .009 (Adjusted R Squared = .003)
- c. R Squared = .000 (Adjusted R Squared = -.007)
- d. R Squared = .002 (Adjusted R Squared = -.005)
- e. R Squared = .001 (Adjusted R Squared = -.006)
- f. R Squared = .002 (Adjusted R Squared = -.005)
- g. R Squared = .004 (Adjusted R Squared = -.002)

Selain itu Pada level signifikansi 5% seluruh variabel menunjukkan tidak adanya interaksi atau pengaruh yang signifikan terhadap segmentasi berdasarkan Lama Menjadi Nasabah/Konsumen sakit seperti yang diperlihatkan tabel berikut:

Tabel 4.3.2
Hasil Uji Manova Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah

Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
BERAPA_LAMA	rata_KK	,064	2	,032	,049	,952
_MENJADI_NAS	rata_T	,209	2	,104	,197	,822
ABAH	rata_C	,065	2	,032	,064	,938
	rata_F	,241	2	,120	,262	,770
	rata_BS	,373	2	,187	,337	,714
	rata_BF	1,401	2	,701	1,090	,338
	rata_BA	1,658	2	,829	1,640	,196

- a. R Squared = .000 (Adjusted R Squared = -.006)
- b. R Squared = .001 (Adjusted R Squared = -.005)
- c. R Squared = .000 (Adjusted R Squared = -.006)
- d. R Squared = .002 (Adjusted R Squared = -.005)
- e. R Squared = .002 (Adjusted R Squared = -.004)
- f. R Squared = .007 (Adjusted R Squared = .001)
- g. R Squared = .011 (Adjusted R Squared = .004)

Secara keseluruhan penelitian ini tidak mendukung seluruh penelitian sebelumnya Penelitian yang dilakukan oleh Bertil Hulten (2007) hasil penelitiannya karekteristik konsumen dengan hubungan yang kuat juga

memiliki kepuasan yang tinggi juga dan berkomitmen dengan niat dimasa depan yang positive (repeat order), sedangkan konsumen yang memiliki hubungan lemah adalah pasif, memiliki kepuasan yang sedikit, dan sedikit niat dimasa depan yang positive. Sedangkan hasil dalam penelitian ini baik konsumen yang dengan hubungan kuat (high) menengah (middle) dan lemah (low) dari segmentasi berdasarkan kartu rumah sakit (harga) maupun lamanya menjadi nasabah, tidak memiliki hubungan yang signifikan atau dengan kata lain tidak mempengaruhi satu sama lain.

Hasil penelitian ini juga tidak mendukung penelitian sebelumnya dari Ttin (2014) Fakultas Ekonomi Islam Lamongan yang memaparkan pengaruh Segmentasi pasar dan positioning produk berpengaruh signifikan secara simultan, dan juga variabel segmentasi pasar dan positioning produk mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan atau terus menerus terhadap variabel keputusan pembelian. Dibuktikan dengan seluruh variabel berdasarkan kartu rumah sakit (harga) maupun lamanya menjadi nasabah memiliki tingkat signifikansi diatas 5% dengan kata lain tidak adanya hubungan yang signifikan antara kartu rumah sakit (harga) maupun lamanya menjadi nasabah terhadap faktor faktor relationship marketing.

Hasil penelitian ini juga tidak mendukung dari penelitian Olivia setiawan dan Ronald suryaputra (2012) yang mengatakan bila *service quality* dan *customer relationship management* meningkat, maka *customer satisfaction* juga meningkat. Peningkatan pada *customer satisfaction* akan berpengaruh secara positif terhadap *repetitive buying*. Hasil signifikansi

kepuasan konsumen semua lebih besar dari 5% berdasarkan Tipe Kartu Rumah sakit sebesar 0,304 dan Hasil signifikansi kepuasan konsumen berdasarkan lamanya menjadi nasabah sebesar 0,952 hal ini tidak berpengaruh terhadap brand attitudes atau sikap konsumen di masa mendatang yang positive juga dibuktikan dengan hasil signifikansi brand attitudes semua lebih besar dari 5% berdasarkan Tipe Kartu Rumah sakit sebesar 0,524 dan Hasil signifikansi kepuasan konsumen berdasarkan lamanya menjadi nasabah sebesar 0,196.