

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020:13) merupakan metode penelitian dengan desain penelitian dengan spesifikasi sistematis, terencana, dan terstruktur berlandaskan pada filsafat positisme. Menurut Kuncoro (2021) data kuantitatif adalah data yang dapat diukur dan dihitung secara langsung, mengenai informasi atau penjelasan dalam bentuk angka atau statistik.

Analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan membentuk sebab akibat. Dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh jaminan yang diberikan terhadap kepuasan pembelian.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2019:194) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Menurut Sugiyono (2021:199) metode pengumpulan data yang dilakukan dengan metode berikan seperangkat pertanyaan ataupun pertanyaan kepada responden buat dijawab. Data diperoleh dari angket yang dibagikan kepada responden, kemudian responden akan menjawab pertanyaan sistematis. Pilihan jawaban juga telah tersedia, responden memilih jawaban yang sesuai dan dianggap benar setiap individu. Data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yakni data yang diolah berupa angka yang didapat dari skala kuisioner yang penelitian sebarakan pada responden yang selanjutnya diolah dengan menggunakan software SPSS 24.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam sebuah pengumpulan data peneliti penting untuk mencantumkan sumber data untuk dijadikan subjek penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya, dan alat apa yang digunakan. Dalam penelitian ini menggunakan data primer. Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian adalah pengisian kuisioner. Kuisioner yaitu metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan dan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada responden. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah skala likert. Pengukuran untuk variabel independen dan dependen menggunakan Teknik scoring untuk memberikan nilai pada setiap alternatif jawaban sehingga dapat di hitung dalam bentuk checklist.

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Penilaian	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2020) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT BNI LIFE KP. Lampung ber-alamat di Tj Karang, Enggal, Kota Bandar Lampung, Lampung 35117, Indonesia.

3.4.2 Sampel

Menurut Handayani (2020), Teknik pengambilan sampel atau biasa disebut dengan sampling adalah proses menyelesaikan sejumlah elemen dari populasi yang diteliti untuk dijadikan sampel, dan memahami berbagai sifat atau karakter dari subjek yang dijadikan sampel, yang nanti akan dapat dilakukan generalisasi dari elemen populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen PT BNI LIFE KP. Lampung, dimana jumlah populasinya 134 konsumen PT. BNI LIFE KP. Lampung (2022). Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah Teknik *pusposive sampling* yaitu mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan. Sampel yang digunakan penelitian ini adalah :

1. Responden yang terpilih adalah anggota sampel yang benar-benar sudah pernah melakukan pembelian produk asuransi di PT. BNI LIFE KP. Lampung
2. Usia responden dimulai dari usia 17 tahun hingga 55 tahun
3. Responden yang telah menerima uang pertanggungan

Rumus *Slovin* (V. Wiratna Sujarweni 2019) yang digunakan oleh peneliti untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti sebagai berikut :

Rumus Slovin

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

$$n = \frac{134}{1 + 134 \times (0,05)^2}$$

$$n = \frac{134}{1 + 1,335}$$

$$= 100,37$$

$$= 100$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = batas kesalahan maksimal yang ditolerir dalam sampel alias tingkat signifikansi adalah 0,05 (5%) atau 0,01 (1%)

berdasarkan perhitungan tersebut maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

3.5 Definisi Variabel Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut (Sugiyono dalam Sujarweni, 2020:75) merupakan suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2021:67) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitiannya dibagi menjadi 2 jenis yaitu:

1. **Variabel Dependen**

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi disebut variabel terkait (*dependen variabel*), istilah lain dari variabel terkait disebut variabel yang dijelaskan (*explained variabel*). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

2. **Variabel independen**

Variabel independent merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel terikat. Menurut Sugiyono (2019:61) variabel independent adalah variabel-variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X) yang meliputi: *Tangible* (X₁), *Emphanty* (X₂), *Reability* (X₃), *Responsiveness* (X₄), *Assurance* (X₅).

3.5.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel menurut Sugiono (2019:221), definisi operasional variabel adaalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Tangible (X ₁)	Penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan atau perlengkapan, sumber daya manusia dan komunikasi perusahaan (Tjiptono, 2012 dalam buku Jasmalinda)	Segala bentuk fasilitas yang tampak nyata yang digunakan sebagai faktor pendukung pelayanan di PT. BNI LIFE KP. Lampung	1. Peralatan 2. Perlengkapan	Interval
Emphanty (X ₂)	Kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian kepada konsumen. (	Karyawan memberikan perhatian seolah-olah ikut merasakan apa yang dirasakan oleh konsunen	1. Perhatian 2. Kepedulian 3. Keramahan	Interval

	Philip Kolter, 2009, p52)	PT. BNI LIFE KP. Lampung		
Responsiveness (X ₃)	Kesediaan untuk membantu konsumen secara cepat dan tanggap.(dalam jurnal ilmiah MEA, 2023)	Kesedian untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat oleh karyawan PT. BNI LIFE KP. Lampung	1. Kesigapan 2. Siap setiap saat	Interval
Reliability (X ₄)	Kemampuan dari perusahaan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan (dalam jurnal ilmiah MEA, 2023)	Ketepatan dalam menyediakan jasa sesuai dengan yang dijanjikan oleh PT. BNI LIFE KP. Lampung	1. Akurat 2. Terpercaya 3. Konsisten	Interval
Assurance (X ₅)	Kemampuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukan kepercayaan dan keyakinan	Memberikan pelayanan yang berkualitas dan terjamin kepada konsumen PT. BNI LIFE KP. Lampung	1. Memberikan jaminan kepada konsumen	Interval

Kepuasan konsumen (Y)	Kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan yang diharapkan.	Seseorang yang merasa puas kerana kenyataan melebihi harapan para konsumen PT. BNI LIFE KP. Lampung	1. Kepuasan pelanggan keseluruhan 2. Minat membeli ulang 3. Kesiediaan untuk merekomendasi	Interval
-----------------------	---	---	--	----------

3.6 Uji prasyarat Instrumen

3.6.1 Uji validasi data

Uji validasi digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya sesuatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai *correlated item-Total correlation* dengan nilai *r* table, untuk *degree of freedom* (df)= n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan $\alpha = 0,5$. Jika *r* hitung lebih besar dari *r* table dan nilai positif maka butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2019).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur bahwa variabel yang digunakan benar-benar bebas dari kesalahan sehingga menghasilkan hasil yang konsisten meskipun diuji berkali-kali. Hasil uji reliabilitas dengan bantuan SPSS akan menghasilkan *Cronbach alpha*. Apabila *cronbach alpha* dari suatu variabel lebih besar 0,60 maka butir pertanyaan dalam instrument penelitian tersebut adalah reliabel dapat diandalkan (Ghozali, 2019).

Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel. Dengan rumus *alpha Cronbach* yaitu:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{oib}^2}{ot^2} \right]$$

Keterangan :

r = Koefesien realiability Instrument (*cronboracgalfa*)

k= Banyaknya butir pertanyaan

$\sum_{oib}^2$ = Total varian butir

ot^2 = Total varians

3.7 Uji Persyaratan Analisis data

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut (Gunawan, 2020) Uji normalisasi data adalah uji yang digunakan untuk mengetahui dan mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal atau tidak, dan apakah data yang diperoleh berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Model regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal adalah model regresi yang baik. Menurut (Ghozali, 2021:201) hipotesis uji normalitas *One Kolmogorrv-Smirnov*, sebagai berikut:

Ho : Data residual berdistribusi secara normal

Ha : Data redidual berdistribusi secara tidak normal

Dasar pengambilan keputusan atas uji normalisasi sebagai berikut :

1. Jika Sig (2-tailed) < 0,05, maka tolak HO, artinya variabel residual berdistribusi secara tidak normal.
2. Jika Sig (2-tailed) > 0,05 maka tidak tolak HO, artinya variabel residual berdistribusi secara normal.

3.7.2 Uji Linieritas

Menurut Ghozali (2018:167) menyatakan bahwa “ Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak”. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik.

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi *pearson* atau regresi linear. Pengujian pada SPSS versi 24 sebagai berikut:

1. Jika nilai (*Deviation for linearty*) signifikansi $> 0,05$: maka dapat disimpulkan dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear
2. Jika nilai (*Deviation for linearty*) signifikansi $< 0,05$: maka dapat disimpulkan dua variabel dikatakan tidak mempunyai hubungan yang liner (Priyanto, 2017:95-96).

3.7.3 Uji Multikolinieritas

Menurut In, A. W. K., (2019) uji multikolinearitas adalah pengujian yang dilakukan untuk memastikan sebuah model regresi terdapat interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas. Interkorelasi yang dimaksud adalah hubungan linier atau hubungan kuat antara suatu variabel bebas atau variabel prediktor dengan variabel prediktor lainnya didalam model regresi. Model regresi dikatakan bebas dari multikolinearitas apabila memiliki nilai tolerance variabel bebas lebih dari 0,1 dengan VIF kurang dari 10.

3.8 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2020:131) analisis data adalah proses mencari dan Menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit- unit, melakukan sintesa, Menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

3.8.1 Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghazali (2021:147) uji koefisien determinasi yaitu suatu nilai yang menggambarkan bagaimana sebuah perubahan dari variabel dependen dapat dijabarkan oleh suatu perubahan dari variabel independen. Uji R² dijalankan untuk mengetahui seberapa besarkah variabel independent secara Bersama-sama atau simultan menerangkan variasi variabel dependen dalam menguji R² peneliti menyimpulkan berdasarkan tabel *Model summary*.

3.8.2 Regresi Linier Berganda

Menurut Ghazali (2021:8) analisis regresi linear berganda adalah suatu metode statistik untuk menguji pengaruh beberapa variabel independent terhadap suatu variabel dependen. Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan antara variabel independent (bebas) dan variabel dependen (terikat), yaitu *Tangible* (X₁), *Emphaty* (X₂), *Resesposiveness* (X₃), *Reability* (X₄), *Assurance* (X₅) terhadap kepuasan konsumen (Y). Adapun persamaan regresi untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + \beta_4.X_4 + \beta_5.X_5 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

α = Konstanta

X1 = *Tangible*

X2 = *Emphaty*

X3 = *Responsiveness*

X4 = *Reability*

X5 = *Assurance*

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ = Koefesien masing-masing variabel

ε = Error

3.9 Pengujian Hipotesis

3.9.1 Uji Hipotesis (t)

Hipotesis menurut Poletiek dalam Anuraga *et al* (2021) merupakan suatu pernyataan atau pendapat sementara yang masih lemah atau kurang kebenarannya sehingga masih perlu dibuktikan atau suatu dugaan yang sifatnya masih sementara. Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh masing-masing variabel *Tangible* (X₁), *Emphaty* (X₂), *Resesposiveness* (X₃), *Reability* (X₄), *Assurance* (X₅), dalam menerangkan variabel kepuasan konsumen (Y) dalam hal ini apakah masing-masing variabel benar-benar berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independent signifikan atau tidak sebagai berikut:

1. Taraf signifikansi / Sig.P-value ($\alpha = 0.05$).
2. Jika nilai Sig. P-value < 0.05 maka variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen
3. Jika niali Sig. P- value > 0.05 maka variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.9.2 Uji Simultan (F)

Menurut Ghozali (2021 : 148) tujuan uji F untuk mengetahui atau menguji apakah persamaan model regresi dapat digunakan untuk melihat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengambilan keputusan, yaitu:

1. Jika $\text{Sig F} < \alpha$ (0.05) maka variabel independent secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika $\text{Sig F} > \alpha$ (0.05) maka variabel independent secara Bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data merupakan gambaran data yang akan digunakan untuk proses pengujian hipotesis. Deskripsi data tersebut dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi responden sebagai objek dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin, usia, dan jenis pekerjaan.

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin

Untuk mengetahui jenis kelamin responden dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	49	49%
2	Perempuan	51	51%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah tahun 2023

Dari hasil tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki memiliki frekuensi sebanyak 49 orang atau 49%, dan jenis kelamin perempuan memiliki frekuensi sebanyak 51 orang atau 51%. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini didominasi oleh jenis kelamin perempuan atau 51% dari total keseluruhan responden yang mengisi kuesioner berjumlah 100 orang dengan total persentase sebesar 100%

2. Usia

Untuk mengetahui usia responden dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 20 Tahun	18	18%
2	20-30 Tahun	27	27%
3	31-40 Tahun	21	22%
4	41-50 ahun	21	21%
5	>50 Tahun	13	13%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah tahun 2023

Dari hasil tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia diketahui bahwa jumlah rentang usia karyawan tertinggi yaitu 20-30 tahun, artinya pengguna asuransi PT BNI Life Kp Lampung yang menjadi responden didominasi oleh usia 20-30 tahun, yaitu sebanyak 27 orang atau 27%.

3. Jenis Pekerjaan

Untuk mengetahui pekerjaan responden dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar	21	21%
2	Karyawan/i	44	44%
3	Wiraswasta	24	24%
4	Lainnya	11	11%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat jenis pekerjaan responden yang paling banyak responden yang bekerja sebagai karyawan/i sebanyak 44 orang atau 44%. Sedangkan untuk 24 orang atau 24% sebagai wiraswasta, 21 orang 21% sebagai pelajar dan 11 orang atau 11% sebagai pekerja lainnya.

4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Hasil jawaban deskripsi data variabel independen yaitu *Tangible* (X1) *Emphaty* (X2), *Responsiveness* (X3), *Reability* (X4) dan *Assurance* (X5) Dan variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y) PT BNI Life Kp Lampung yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 75 responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4

Hasil Jawaban Responden Variabel *Tangible* (X1)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Pengiriman buku polis kepada konsumen tepat waktu	35	35%	62	62%	3	3%	0	0%	0	0%
2	Pegawai PT. BNI LIFE selalu berpenampilan rapih	28	28%	65	65%	7	7%	0	0%	0	0%
3	Kantor pemasaran PT. BNI LIFE yang mudah di jangkau	31	31%	66	66%	3	3%	0	0%	0	0%

Sumber: Hasil data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.4 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 100 responden, pernyataan 3 mengenai **“Kantor pemasaran PT. BNI LIFE yang mudah di jangkau”** mendapat respon tertinggi dengan jawaban setuju yaitu sebanyak 66 orang atau 66%. Sedangkan pernyataan mengenai **“Pegawai PT. BNI LIFE selalu berpenampilan rapih”** dan **“Pengiriman buku polis kepada konsumen tepat waktu”** mendapat respon terendah dengan jawaban kurang setuju sebanyak masing-masing 3 orang atau 3

Tabel 4.5

Hasil Jawaban Responden Variabel *Emphaty* (X2)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Pegawai perusahaan selalu memberikan perhatian terhadap keluhan konsumen.	34	34%	62	62%	4	4%	0	0%	0	0%
2	Pegawai perusahaan selalu ramah kepada konsumen	21	21%	79	79%	0	0%	0	0%	0	0%
3	Pegawai perusahaan selalu siap membantu konsumen	36	36%	64	64%	0	0%	0	0%	0	0%

Sumber: Hasil data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.5 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 100 responden, pernyataan 2 mengenai “Pegawai perusahaan selalu ramah kepada konsumen” mendapat respon tertinggi dengan jawaban setuju yaitu sebanyak 79 orang atau 79%. Sedangkan pernyataan mengenai “Pegawai perusahaan selalu memberikan perhatian terhadap keluhan konsumen” mendapat respon terendah dengan jawaban kurang setuju sebanyak masing-masing 4 orang atau 4%.

Tabel 4.6

Hasil Jawaban Responden Variabel *Responsiveness* (X3)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Pegawai PT. BNI LIFE cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan konsumen	16	16%	77	77%	7	7%	0	0%	0	0%
2	PT. BNI LIFE selalu cepat dalam merespon keinginan konsumen	29	29%	63	63%	4	4%	4	4%	0	0%
3	Konsumen tidak perlu menunggu terlalu lama untuk memperoleh pelayanan perusahaan	14	14%	70	70%	16	16%	0	0%	0	0%

Sumber: Hasil data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 100 responden, pernyataan 1 mengenai “Pegawai PT. BNI LIFE cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan konsumen” mendapat respon tertinggi dengan jawaban setuju yaitu sebanyak 77 orang atau 77%. Sedangkan pernyataan mengenai “PT. BNI LIFE selalu cepat dalam merespon keinginan konsumen” mendapat respon terendah dengan jawaban kurang setuju sebanyak 4 orang atau 4%.

Tabel 4.7

Hasil Jawaban Responden Variabel *Reability* (X4)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sudah sesuai dengan yang dijanjikan	18	18%	79	79%	3	3%	0	0%	0	0%
2	Perusahaan memberikan pelayanan yang sama untuk para konsumen	29	29%	68	68%	3	3%	0	0%	0	0%
3	Informasi yang diberikan oleh pegawai perusahaan kepada konsumen sudah jelas	40	40%	60	60%	0	0%	0	0%	0	0%

Sumber: Hasil data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.7 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 100 responden, pernyataan 1 mengenai “Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sudah sesuai dengan yang dijanjikan” mendapat respon tertinggi dengan jawaban setuju yaitu sebanyak 79 orang atau 79%. Sedangkan pernyataan mengenai “Perusahaan memberikan pelayanan yang sama untuk para konsumen” mendapat respon terendah dengan jawaban kurang setuju sebanyak 3 orang atau 3%.

Tabel 4.8

Hasil Jawaban Responden Variabel *Assurance* (X5)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	PT.BNI LIFE memberikan jaminan dengan uang pertanggungan besar	34	34%	62	62%	4	4%	0	0%	0	0%
2	Konsumen merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi	29	29%	63	63%	4	4%	4	4%	0	0%
3	PT. BNI LIFE memberikan jaminan dan kepercayaan kepada konsumen untuk tetap membeli produk asuransi	36	36%	64	64%	0	0%	0	0%	0	0%

Sumber: Hasil data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.8 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 100 responden, pernyataan 3 mengenai “PT. BNI LIFE memberikan jaminan dan kepercayaan kepada konsumen untuk tetap membeli produk asuransi” mendapat

respon tertinggi dengan jawaban setuju yaitu sebanyak 64 orang atau 64%. Sedangkan pernyataan mengenai “PT.BNI LIFE memberikan jaminan dengan uang pertanggungan besar” dan “Konsumen merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi” mendapat respon terendah dengan jawaban kurang setuju sebanyak masing-masing 4 orang atau 4%.

Tabel 4.9

Hasil Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Pelayanan yang diberikan oleh PT.BNI LIFE sudah baik	34	34%	62	62%	4	4%	0	0%	0	0%
2	Waktu pengiriman buku polis asuransi dikirim tepat waktu	36	36%	64	64%	0	0%	0	0%	0	0%
3	Uang pertanggungan yang diberikan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen	14	14%	70	70%	16	16%	0	0%	0	0%
	Saya akan menyarankan kepada seluruh kerabat saya untuk menggunakan jasa asuransi jiwa	34	34%	62	62%	4	4%	0	0%	0	0%

Sumber: Hasil data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.9 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 100 responden, pernyataan 3 mengenai “Uang pertanggungan yang diberikan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen” mendapat respon tertinggi dengan jawaban setuju yaitu sebanyak 70 orang atau 70%. Sedangkan pernyataan mengenai “Pelayanan yang diberikan oleh PT.BNI LIFE sudah baik” dan “Saya akan menyarankan kepada seluruh kerabat saya untuk menggunakan jasa asuransi jiwa” mendapat respon terendah dengan jawaban kurang setuju sebanyak masing-masing 4 orang atau 4%.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan kolerasi *product moment*. Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 24.

Kriteria pengujian untuk uji validitas ini adalah :

Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka valid

Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka tidak valid.

Atau

Bila probabilitas (sig) $< 0,05$ maka instrument valid

Bila probabilitas (sig) $> 0,05$ maka instrument tidak valid Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel *Tangible* (X1)

Pernyataan	r hitung	r table	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,854	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,536	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,585	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh butir pernyataan yang bersangkutan mengenai variabel *Tangible* (X1). Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian seluruh butir pernyataan mengenai variabel *Tangible* (X1) dinyatakan valid.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel *Emphaty* (X2)

Pernyataan	r hitung	r table	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,856	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,538	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,840	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh butir pernyataan yang bersangkutan mengenai variabel *Emphaty*

(X2). Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian seluruh butir pernyataan mengenai variabel *Emphaty* (X2) dinyatakan valid.

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Variabel *Responsiveness* (X3)

Pernyataan	r hitung	r table	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,639	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,654	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,691	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh butir pernyataan yang bersangkutan mengenai variabel *Responsiveness* (X3). Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian seluruh butir pernyataan mengenai variabel *Responsiveness* (X3) dinyatakan valid.

Tabel 4.13

Hasil Uji Validitas Variabel *Reability* (X4)

Pernyataan	r hitung	r table	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,649	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,603	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,760	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh butir pernyataan yang bersangkutan mengenai variabel *Reability* (X4). Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian seluruh butir pernyataan mengenai variabel *Reability* (X4) dinyatakan valid.

Tabel 4.14

Hasil Uji Validitas Variabel *Assurance* (X5)

Pernyataan	r hitung	r table	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,747	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,536	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,687	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.14 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh butir pernyataan yang bersangkutan mengenai variabel *Assurance* (X5). Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian seluruh butir pernyataan mengenai variabel *Assurance* (X5) dinyatakan valid.

Tabel 4.15

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Pernyataan	r hitung	r table	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,809	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,841	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,682	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,809	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.15 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh butir pernyataan yang bersangkutan mengenai variabel Kepuasan Konsumen (Y). Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian seluruh butir pernyataan mengenai variabel Kepuasan Konsumen (Y) dinyatakan valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 24 diperoleh hasil pengujian reliabilitas kuesioner digunakan dengan menggunakan *Alpha cronbach* :

Tabel 4.16

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Koefisien	Simpulan
<i>Tangible</i> (X1)	0,742	0,6000-0,7999	Tinggi
<i>Emphaty</i> (X2)	0,805	0,8000-1,0000	Sangat Tinggi
<i>Responsiveness</i> (X3)	0,741	0,6000-0,7999	Tinggi
<i>Reability</i> (X4)	0,752	0,6000-0,7999	Tinggi
<i>Assurance</i> (X5)	0,728	0,6000-0,7999	Tinggi
Kepuasan Konsumen (Y)	0,861	0,8000-1,0000	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil data diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.16 nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,742 untuk variabel *Tangible* (X1) dengan tingkat reliabel tinggi. Nilai 0,805 untuk variabel *Emphaty* (X2) dengan tingkat reliabel sangat tinggi, Nilai 0,741 untuk variabel *Responsiveness* (X3) dengan tingkat reliabel tinggi, Nilai 0,752 untuk variabel *Reability* (X4) dengan tingkat reliabel tinggi, Nilai 0,728 untuk variabel *Assurance* (X5) dengan tingkat reliabel tinggi dan nilai 0,861 untuk Kepuasan Konsumen (Y) dengan tingkat reliabel sangat tinggi.

4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah untuk melihat apakah data yang digunakan terdistribusi normal. Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS 24.

Rumusan hipotesis:

Ho : Data terdistribusi normal.

Ha : Data terdistribusi tidak normal. Dengan kriteria :

Jika probabilitas (sig) > 0,05 (α) maka Ho diterima, Ha ditolak.

Jika probabilitas (sig) < 0,05 (α) maka Ho ditolak, Ha diterima. Berikut merupakan hasil dari uji normalitas :

Tabel 4.17

Hasil Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>
N	100
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,075

Sumber : Hasil data diolah tahun 2024

Dari tabel 4.17 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh melalui uji *one-sample Kolmogorov Smirnov* adalah sebesar 0,075 yang berarti bahwa nilai signifikansi tersebut $> 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima atau seluruh data residual berdistribusi normal.

4.3.2 Hasil Uji Linearitas

Uji Linearitas adalah untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan salah atau benar. Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS 24.

Rumusan hipotesis:

H_0 : model regresi berbentuk linier.

H_a : model regresi tidak berbentuk linier. Dengan kriteria :

Jika probabilitas (sig) $> 0,05$ (α) maka H_0 diterima, H_a ditolak.

Jika probabilitas (sig) $< 0,05$ (α) maka H_0 ditolak, H_a diterima. Berikut merupakan hasil dari uji linieritas :

Tabel 4.18
Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
<i>Tangible</i> (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	0,608	0,05	Sig > Alpha	Linier
<i>Emphaty</i> (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	0,400	0,05	Sig > Alpha	Linier
<i>Responsiveness</i> (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	0,200	0,05	Sig > Alpha	Linier
<i>Reability</i> (X4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	0,535	0,05	Sig > Alpha	Linier
<i>Assurance</i> (X5) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	0,100	0,05	Sig > Alpha	Linier

Sumber : Hasil data diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil pada tabel 4.18 diatas dari hasil uji linieritas bahwa perhitungan ANOVA didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linearity* untuk variabel *Tangible* (X1) diperoleh nilai sig sebesar $0,608 > 0.05 (\alpha)$, variabel *Emphaty* (X2) diperoleh nilai sig sebesar $0,400 > 0.05 (\alpha)$, variabel *Responsiveness* (X3) diperoleh nilai sig sebesar $0,200 > 0.05 (\alpha)$, variabel *Reliability* (X4) diperoleh nilai sig sebesar $0,535 > 0.05 (\alpha)$, variabel (X5) diperoleh nilai sig sebesar $0,100 > 0.05 (\alpha)$ Maka dapat disimpulkan bahwa dari data yang diperoleh dari sampel dalam penelitian ini semua variabel independen menyatakan model regresi berbentuk linier terhadap variabel dependen.

4.3.3 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linier antara variabel bebas (independen) satu dengan variabel bebas (independen) yang lainnya.

Kriteria pengujian :

Jika nilai $VIF \geq 10$ maka ada gejala multikolinieritas.

Jika nilai $VIF \leq 10$ maka tidak ada gejala multikolinieritas

Tabel 4.19
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Kondisi	Keterangan
<i>Tangible</i> (X1)	1,682	$VIF < 10$	Tidak ada gejala Multikolinieritas
<i>Emphaty</i> (X2)	3,071	$VIF < 10$	Tidak ada gejala Multikolinieritas
<i>Responsiveness</i> (X3)	2,239	$VIF < 10$	Tidak ada gejala Multikolinieritas
<i>Reability</i> (X4)	1,614	$VIF < 10$	Tidak ada gejala Multikolinieritas
<i>Assurance</i> (X5)	4,853	$VIF < 10$	Tidak ada gejala Multikolinieritas

Sumber : Hasil data diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.19 diatas dari hasil uji

multikolonieritas variabel *Tangible* (X1) nilai VIF = 1,682 <10, *Emphaty* (X2) nilai VIF = 3,071 <10, *Responsiveness* (X3) nilai VIF = 2,238 <10, *Reability* (X4) nilai VIF = 1,614 <10, dan *Assurance* (X5) nilai VIF = 4,835 < 10 maka dapat disimpulkan semua variabel tidak ada gejala multikolinieritas.

4.4 Hasil Metode Analisis Data

4.4.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya persentase pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi (R^2) Persamaan regresi. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada table berikut ini.

Tabel 4.20
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Variabel	R	R Square
<i>Tangible</i> (X1), <i>Emphaty</i> (X2), <i>Responsiveness</i> (X3), <i>Reability</i> (X4) dan <i>Assurance</i> (X5) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	0,907	0,823

Sumber : Hasil data diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil pada tabel 4.20 diatas diperoleh hasil nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0.825 yang menunjukkan hubungan antara variabel independent dan dependent memiliki hubungan yang Positif kuat (Diatas 0,5). Sedangkan nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,823 menunjukkam bahwa kemampuan variable *Tangible* (X1), *Emphaty* (X2), *Responsiveness* (X3), *Reability* (X4) dan *Assurance* (X5) dalam menerangkan variabel Kepuasan Konsumen (Y) yaitu sebesar 82,3% = 0,823 x 100%. Dan sisanya 17,7% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lainnya diluar penelitian ini

4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Uji Regresi Linier Berganda dengan dua atau lebih variabel independen digunakan untuk menguji pengaruh dan meramalkan suatu variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini untuk besarnya pengaruh variabel *Tangible* (X1), *Emphaty* (X2), *Responsiveness* (X3), *Reability* (X4) dan *Assurance* (X5) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PT Bni Life Kp Lampung.

Tabel 4.21

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Std. Error
Constant	1,472	0,956
<i>Tangible</i> (X1)	0,082	0,065
<i>Emphaty</i> (X2)	0,993	0,085
<i>Responsiveness</i> (X3)	0,440	0,070
<i>Reability</i> (X4)	0,167	0,070
<i>Assurance</i> (X5)	0,231	0,186

Sumber : Hasil data diolah tahun 2024

Variabel dependen pada regresi ini adalah Kepuasan Konsumen (Y), sedangkan variabel independen adalah *Tangible* (X1), *Emphaty* (X2), *Responsiveness* (X3), *Reability* (X4) dan *Assurance* (X5) . Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 1,472 + 0,082 X_1 + 0,993 X_2 + 0,440 X_3 + 0,167 X_4 + 0,231 X_5 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan tersebut yaitu, sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 1,472 menyatakan bahwa kepuasan konsumen pada PT Bni Life Kp Lampung adalah sebesar 1,472 apabila *Tangible* (X1), *Emphaty* (X2), *Responsiveness* (X3), *Reability* (X4) dan *Assurance* (X5).
2. Koefisien regresi untuk X1= 0,082 menyatakan bahwa setiap kenaikan *Tangible* (X1) sebesar satu satuan maka akan menambah Kepuasan Konsumen PT Bni Life Kp Lampung sebesar 0,082.
3. Koefisien regresi untuk X2= 0,993 menyatakan bahwa setiap kenaikan *Emphaty* (X2) sebesar satu satuan maka akan menambah Kepuasan Konsumen PT Bni Life Kp Lampung sebesar 0,993.

4. Koefisien regresi untuk $X_3 = 0,440$ menyatakan bahwa setiap kenaikan *Responsiveness* (X_3) sebesar satu satuan maka akan menambah Kepuasan Konsumen PT Bni Life Kp Lampung sebesar 0,440.
5. Koefisien regresi untuk $X_4 = 0,167$ menyatakan bahwa setiap kenaikan *Reability* (X_4) sebesar satu satuan maka akan menambah Kepuasan Konsumen PT Bni Life Kp Lampung sebesar 0,167.
6. Koefisien regresi untuk $X_5 = 0,231$ menyatakan bahwa setiap kenaikan *Assurance* (X_5) sebesar satu satuan maka akan menambah Kepuasan Konsumen PT Bni Life Kp Lampung sebesar 0,231.

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

4.5.1 Uji Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis adalah uji yang dilakukan untuk membuktikan hipotesis penelitian. Hipotesis dalam penelitian ini berkaitan dengan terdapat tidaknya pengaruh signifikan variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian peneliti menggunakan uji t, dengan membandingkan t hitung dan t tabel dengan tingkat kepercayaan 95% dan $\alpha = 0,05$.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai $\text{Sig} < \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak
- b. Jika nilai $\text{Sig} > \alpha (0,05)$ maka H_0 diterima Kriteria pengujian dengan menggunakan t tabel:
- c. Jika nilai t hitung $> t$ tabel maka terjadi pengaruh dan H_0 ditolak.
- d. Jika nilai t hitung $< t$ tabel maka tidak terjadi pengaruh dan H_0 diterima.

Tabel 4.22
Hasil Uji t Parsial

Variabel	t hitung	t tabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
<i>Tangible</i> (X1)	1,664	1,660	0,002	0,05	Sig < Aplha	Berpengaruh Signifikan
<i>Emphaty</i> (X2)	11,671	1,660	0,000	0,05	Sig < Aplha	Berpengaruh Signifikan
<i>Responsiveness</i> (X3)	6,280	1,660	0,000	0,05	Sig < Aplha	Berpengaruh Signifikan
<i>Reability</i> (X4)	2,395	1,660	0,009	0,05	Sig < Aplha	Berpengaruh Signifikan
<i>Assurance</i> (X5)	2,188	1,660	0,006	0,05	Sig < Aplha	Berpengaruh Signifikan

Sumber : Hasil data diolah tahun 2024

Berdasarkan dari tabel 4.22 diatas hasil uji t diperoleh nilai untuk variabel sebagai berikut :

1. Variabel *Tangible* (X1) dengan nilai t hitung sebesar 1,664 > t tabel sebesar 1,660 dan nilai sig sebesar 0,002 sedangkan dengan $\alpha = 0,05$. Jadi nilai sig lebih kecil dari nilai Alpha (0,000 < 0,05) maka kesimpulanya Ho ditolak.
2. Variabel *Emphaty* (X2) dengan nilai t hitung sebesar 11,671 > t tabel sebesar 1,660 dan nilai sig sebesar 0,000 sedangkan dengan $\alpha = 0,05$. Jadi nilai sig lebih kecil dari nilai Alpha (0,000 < 0,05) maka kesimpulanya Ho ditolak.
3. Variabel *Responsiveness* (X3) dengan nilai t hitung sebesar 6,280 > t tabel sebesar 1,660 dan nilai sig sebesar 0,000 sedangkan dengan $\alpha = 0,05$. Jadi nilai sig lebih kecil dari nilai Alpha (0,000 < 0,05) maka kesimpulanya Ho ditolak.
4. Variabel *Reability* (X4) dengan nilai t hitung sebesar 2,395 > t tabel sebesar 1,660 dan nilai sig sebesar 0,000 sedangkan dengan $\alpha = 0,05$. Jadi nilai sig lebih kecil dari nilai Alpha (0,002 < 0,05) maka kesimpulanya Ho ditolak.

5. Variabel *Assurance* (X5) dengan nilai t hitung sebesar 2,188 > t tabel sebesar 1,660 dan nilai sig sebesar 0,000 sedangkan dengan $\alpha = 0,05$. Jadi nilai sig lebih kecil dari nilai Alpha ($0,000 < 0,05$) maka kesimpulannya H_0 ditolak.

4.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependent. Pengujian hipotesis kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika nilai hitung $F > \text{tabel } F$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
 - b. Jika nilai hitung $F < \text{tabel } F$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
1. Menentukan nilai titik kritis untuk F Tabel pada derajat pembilang : k-1 dan derajat penyebut = n-k. Menentukan dan membandingkan probabilitas (sig) dengan nilai α (0,05) dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika nilai sig < 0,05 maka H_0 ditolak
 - b. Jika nilai sig > 0,05 maka H_0 diterima
2. Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis

Tabel 4.23

Hasil Uji F Simultan

Hasil Uji t Parsial

Variabel	F hitung	F tabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
<i>Tangible</i> (X1), <i>Emphaty</i> (X2), <i>Responsiveness</i> (X3), <i>Reability</i> (X4), dan <i>Assurance</i> (X5) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	87,491	2,31	0,000	0,05	Sig < Aplha	Berpengaruh Simultan

Sumber : Hasil data diolah tahun 2024

Berdasarkan dari tabel 4.23 diatas hasil uji F diatas diperoleh nilai F hitung sebesar 87,491 > F tabel sebesar 2,31 dan diperoleh nilai untuk sig sebesar

0,000 sedangkan $\alpha = 0,05$. Maka H_0 yang diajukan ditolak dan H_a diterima. Kesimpulan bahwa *Tangible* (X1), *Emphaty* (X2), *Responsiveness* (X3), *Reability* (X4), dan *Assurance* (X5) berpengaruh secara Simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PT Bni Life Kp Lampung.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh *Tangible* (X₁) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel *Tangible* (X₁) yang diuji secara parsial menghasilkan $t_{hitung} 1,264 > t_{tabel} 1,660$ dan diperoleh tingkat signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai $b_1 = 0,082$. Dari hasil itu disimpulkan bahwa variabel *Tangible* (X₁) Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PT. BNI LIFE KP. Lampung. Hipotesis menyatakan *Tangible* (X₁) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen terbukti.

Hal ini sesuai penelitian oleh Rahayu Triastity & SL Triyaningsih (2013) yang telah membuktikan bahwa tangibles secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah di CV Satria Graha Gedongan, Colomadu, Karanganyar. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Septiana (2023) yang menyatakan bahwa tangibles secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif antara tangible terhadap kepuasan konsumen, yang artinya bahwa semakin baik tingkat tangibles dalam sebuah perusahaan seperti terkait dengan peralatan modern, fasilitas yang berdaya tarik visual, karyawan yang berpenampilan rapi dan professional, Materi-materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual maka akan semakin baik juga tingkat kepuasan konsumen.

4.6.2 Pengaruh *Emphaty* (X₂) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel *Emphaty* (X₂) yang diuji secara parsial menghasilkan $t_{hitung} 11,671 > t_{tabel} 1,660$ dan diperoleh tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai $b_2 = 0,993$. Dari hasil itu disimpulkan bahwa variabel *Emphaty* (X₂) Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PT BNI LIFE KP. Lampung. Hipotesis menyatakan *Emphaty* (X₂) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen terbukti.

Hal ini sesuai penelitian oleh Septiana (2023) yang telah membuktikan bahwa *Emphaty* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Osbond Gym Palembang. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Agalela (2019) yang menyatakan bahwa *Emphaty* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Emphaty adalah segala upaya yang ditunjukkan oleh seseorang yang didasarkan atas kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan dengan baik. Empati merupakan berbagi perasaan kepada orang lain dengan merasakan apa yang dirasakan orang lain. Sebagai perusahaan yang berdiri di bidang jasa asuransi, sudah seharusnya PT. BNI LIFE KP. Lampung dapat menarik konsumen dengan baik yang benar dan dibantu penjualan yang mencapai target perusahaan.

4.6.3 Pengaruh *Responsiveness* (X₃) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel *Responsiveness* (X₃) yang diuji secara parsial menghasilkan $t_{hitung} 6,280 > t_{tabel} 1,660$ dan diperoleh tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai $b_3 = 0,440$. Dari hasil itu disimpulkan bahwa variabel *Responsiveness* (X₃) Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PT. BNI LIFE KP. Lampung. Hipotesis menyatakan *Responsiveness* (X₃) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen terbukti.

Hal ini sesuai penelitian oleh Priska Septi Manda Sella, Lisnini & Abdiani Khairat Nadra (2022) yang telah membuktikan bahwa *Responsiveness* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Zafa Tour Palembang. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Agalela (2019) yang menyatakan bahwa *Responsiveness* (X₃) secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) dalam Tjiptono dan Chandra (2014) menyatakan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) berkaitan dengan kesediaan dan

kemampuan manajemen untuk membantu merespons permintaan pelanggan, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

4.6.4 Pengaruh *Reability* (X₄) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel *Reability* (X₄) yang diuji secara parsial menghasilkan $t_{hitung} 2,394 > t_{tabel} 1,660$ dan diperoleh tingkat signifikan sebesar $0,009 < 0,05$. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai $b_4 = 0,167$. Dari hasil itu disimpulkan bahwa variabel *Reability* (X₄) Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PT. BNI LIFE KP. Lampung. Hipotesis menyatakan *Reability* (X₄) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen terbukti.

Hal ini sesuai penelitian oleh Ardiansyah Japlani & Suryadi (2022) yang telah membuktikan bahwa *Emphaty* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa pengiriman di Lampung. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rahayu Triastity & SL Triyaningsih (2013) yang telah membuktikan bahwa *tangibles* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Reliability merupakan kehandalan karyawan/petugas dalam melayani pelanggan sesuai yang dijanjikan. Maka dapat dijelaskan bahwa konsumen akan merasa puas dengan kualitas pelayanan *reliability* yang diberikan oleh PT. BNI LIFE KP. Lampung kepada konsumen berupa kemudahan proses dalam transaksi jual beli konsumen dirasakan oleh konsumen.

4.6.5 Pengaruh *Assurance* (X₅) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel *Assurance* (X₅) yang diuji secara parsial menghasilkan $t_{hitung} 2,188 > t_{tabel} 1,660$ dan diperoleh tingkat signifikan sebesar $0,006 < 0,05$. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai $b_5 = 0,231$. Dari hasil itu disimpulkan bahwa variabel *Assurance* (X₅) Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

(Y) PT. BNI LIFE KP. Lampung. Hipotesis menyatakan *Assurance* (X_5) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen terbukti.

Hal ini sesuai penelitian oleh Agus Supriatna (2019) yang telah membuktikan bahwa *Assurance* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan Pengguna Bustrans Kota tangerang Di Kota Tangerang. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rahayu Triastity & SL Triyaningsih (2013) yang telah membuktikan bahwa *Assurance* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

4.6.6 Pengaruh *Tangible* (X_1), *Emphaty* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Reability* (X_4) dan *Assurance* (X_5) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil uji F yang telah dilakukan nilai $F_{hitung} 87,491 > F_{tabel} 2,31$, nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat diuraikan secara simultan bahwa *Tangible* (X_1), *Emphaty* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Reability* (X_4) dan *Assurance* (X_5) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT BNI LIFE KP. Lampung. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu, yaitu penelitian Rahayu Triastity & SL Triyaningsih (2013) yang telah membuktikan bahwa *Assurance* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah di CV Satria Graha Gedongan, Colomadu, Karanganyar.

Selanjutnya penelitian Septiana (2023) mengatakan bahwa *Tangible* (X_1), *Emphaty* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Reability* (X_4) dan *Assurance* (X_5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, hal tersebut pada perusahaan merupakan hal penting yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen. Dalam penelitian tersebut, terdapat persamaan dan perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti.