

**PENGARUH LITERASI, RELIGIUSITAS DAN PROMOSI  
TERHADAP MINAT PADA KALANGAN CIVITAS  
AKADEMIKA MENGGUNAKAN PRODUK  
ASURANSI SYARIAH  
(Studi Pada Kalangan Civitas Akademika  
UIN Raden Intan Lampung dan IAIN Metro)**

**SKRIPSI**

**NIKEN EKOWATI  
NPM : 1951020394**



**Program Studi : Perbankan Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1445 H / 2023 M**

**PENGARUH LITERASI, RELIGIUSITAS DAN PROMOSI  
TERHADAP MINAT PADA KALANGAN CIVITAS  
AKADEMIKA MENGGUNAKAN PRODUK  
ASURANSI SYARIAH  
(Studi Pada Kalangan Civitas Akademika  
UIN Raden Intan Lampung dan IAIN Metro)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi  
(S.E) dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Oleh :**

**NIKEN EKOWATI  
NPM 1951020394  
Program Studi : Perbankan Syariah**

**Pembimbing II : Muhammad Kurniawan, M.E.Sy.  
Pembimbing II : Citra Etika, S.E., M.Si**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1445 H / 2023 M**

## ABSTRAK

Asuransi syariah adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk asset dan atau tabarru yang memberikan pola pengambilan untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad yang sesuai dengan syariah. Untuk mendukung tumbuhnya asuransi syariah diperlukan adanya pemahaman dan kesadaran masyarakat melalui literasi asuransi syariah dan promosi yang dilakukan perusahaan asuransi syariah. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi, religiusitas dan promosi terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*), dan sifat penelitian ini yaitu asosiatif klausal, pendekatan dalam penelitian ini secara kuantitatif. tempat pelaksanaan penelitian ini di UIN Raden Intan Lampung dan IAIN Metro. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, populasi dalam penelitian ini berjumlah 1420 orang, sampel dalam penelitian ini berjumlah 93 orang, metode pengumpulan data meliputi observasi, kuesioner, dan dokumentasi dan dianalisis dengan SPSS 25.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa literasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah. Religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah. Promosi tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah. literasi, religiusitas, dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah.

**Kata Kunci: Asuransi Syariah, Literasi, Religiusitas, dan Promosi**

## ABSTRACT

*Sharia insurance is an effort to protect each other and help each other among a number of people or parties through investment in the form of assets and/or tabarru which provides a pattern of taking to face certain risks through contracts that are in accordance with sharia. To support the growth of sharia insurance, public understanding and awareness is needed through sharia insurance literacy and promotions carried out by sharia insurance companies. Apart from that, this research aims to determine the influence of literacy, religiosity and promotion on interest among the academic community in using sharia insurance products.*

*This study adopts a field research approach, and its nature is associative in clause, employing a quantitative research method. The research takes place at UIN Raden Intan Lampung and IAIN Metro. The data sources include primary and secondary data, with a population of 1420 individuals and a sample size of 93 people. Data collection methods consist of observations, questionnaires, and documentation, and the data is analyzed using SPSS 25.*

*Based on the research findings, it is concluded that literacy has a positive and significant influence on the interest of academic community members in using sharia insurance products. Religiosity also has a positive and significant influence on their interest in using sharia insurance products. On the other hand, promotion does not have a positive and significant influence on the interest of academic community members in using sharia insurance products. However, when taken together, literacy, religiosity, and promotion have a significant influence on the interest of academic community members in using sharia insurance products.*

***Keywords: Sharia Insurance, Literacy, Religiosity, Promotion.***



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat: Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung Telp: (0721) 703160*

---

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Niken Ekowati  
NPM : 1951020394  
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Literasi, Religiusitas dan Promosi terhadap Minat Pada Kalangan Civitas Akademika Menggunakan Produk Asuransi Syariah (Studi Pada Kalangan Civitas Akademika UIN Raden Intan Lampung dan IAIN Metro)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar rujukan. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya pada penulis.

Bandar Lampung, 07 Agustus 2023

Penulis,



Niken Ekowati

NPM. 1951020394



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat: Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung Telp: (0721) 703160*

**PERSETUJUAN**

**Judul : PENGARUH LITERASI, RELIGIUSITAS DAN  
PROMOSI TERHADAP MINAT PADA  
KALANGAN CIVITAS AKADEMIKA  
MENGUNAKAN PRODUK ASURANSI SYARIAH  
(Studi Pada Kalangan Civitas Akademika UIN Raden  
Intan Lampung dan IAIN Metro)**

**Nama : Niken Ekowati**

**NPM : 1951020394**

**Jurusan : Perbankan Syariah**

**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**MENYETUJUI**

Telah dimunaqsyahkan dan dipertahankan dalam Sidang  
Munaqsyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)  
Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Muhammad Kurniawan, M.E.Sy.**

**NIP. 198605172015031005**

**Pembimbing II**

**Citra Etika, S.E., M.Si**

**NIP.198501122019032013**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Perbankan Syariah**

**Any Eliza, S.E., M.Ak.**

**NIP. 198308152006042004**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat: Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung Telp: (0721) 703160*

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul: "**PENGARUH LITERASI, RELIGIUSITAS DAN PROMOSI TERHADAP MINAT PADA KALANGAN CIVITAS AKADEMIKA MENGGUNAKAN PRODUK ASURANSI SYARIAH (Studi Pada Kalangan Civitas Akademika UIN Raden Intan Lampung dan IAIN Metro)**" disusun oleh **Niken Ekowati**, NPM : **1951020394**, program studi **Perbankan Syariah**, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Kamis, 05 Oktober 2023, Pukul : 10:00 – 11:30 WIB.**

**TIM MUNAQASYAH**

**Ketua : Dr. Ali Abdul Wakhid, M.Si.**

(.....)

**Sekretaris : Nur Sya'adi, M.E**

(.....)

**Penguji I : Ersi Sisdianto, M.Ak**

(.....)

**Penguji II : Muhammad Kurniawan, M.E.Sy.**

(.....)

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Akt., C.A.**  
**NIP. 197009262008011008**

## MOTTO

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ

الْعِقَابِ ﴿٥٢﴾

*Artinya : dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya. (QS: Al-Maidah 5.2)*



## PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang mana telah memberikan kita nikmat yang sampai saat ini masih bisa kita rasakan serta dari hati yang paling dalam dalam penulisan skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua ku tersayang Bapak Rohili dan Ibu Ernawati yang tiada hentinya selalu mendoakan, menjaga, mendukung dan menyemangati ku hingga sekarang, sehingga inilah salah satu motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih orang tua ku atas kerja keras, keringat dan letih mu dalam mendidik dan membimbingku sehingga penulis dapat menyelesaikan program studi S1 ini. Semoga Allah SWT sentiasa melimpahkan rahmat, kemurahan rezeki dan kesehatan kepada Bapak dan Ibu semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.
2. Adikku Annisa Alda Nur Syifa yang telah memberikan doa serta semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Almamater UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa penulis banggakan serta menjadi saksi tempat penulis menimba ilmu.

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama lengkap Niken Ekowati, dilahirkan di Tunggal Binangun pada tanggal 12 November 2000. Penulis merupakan anak pertama dari 2 bersaudara, dari pasangan Bapak Rohili dan Ibu Ernawati. Berikut riwayat pendidikan yang telah diselesaikan penulis

1. Taman Kanak-kanak (TK) Patria Wonodadi, Pringsewu, lulus dan mendapat ijazah pada tahun 2007.
2. Sekolah Dasar (SD) 2 Gula Putih Mataram, Lampung Tengah, lulus dan mendapat ijazah pada tahun 2013.
3. Sekolah Menengah Pertama (SMP) Sugar Group Companies, Lampung Tengah, lulus dan mendapat ijazah pada tahun 2016.
4. Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 1 Abung Selatan, Lampung Utara, lulus dan mendapat ijazah pada tahun 2019.
5. Tahun 2019 penulis melanjutkan kebangku perkuliahan di UIN Raden Intan Lampung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah.

## KATA PENGANTAR

*Assalammualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang, puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunianya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk, sehingga skripsi yang “Pengaruh Literasi, Religiusitas, dan Promosi terhadap Minat Pada Kalangan Civitas Akademika Menggunakan Produk Asuransi Syariah (Studi Pada Kalangan Civitas Akademika UIN Raden Intan Lampung Dan IAIN Metro)” dapat diselesaikan. Shalawat serta salam senantiasa kita sampaikan kepada Nabi besar kita, Muhammad SAW, para sahabat serta pengikutnya.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Strata Satu (S1), Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini, tak lupa juga dihanturkan Terima Kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof.Dr. Tulus Suryanto,S.E.,MM,Akt,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Ibu Any Eliza,S.E.,M.Ak selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Muhammad Kurniawan, S.E.,M.E.Sy selaku Pembimbing I yang telah senantiasa sabar dan mau meluangkan waktunya untuk memberi arahan, saran, dan motivasi kepada saya dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Citra Etika, S.E., M.Si selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan, masukan, motivasi, dukungan dan meluangkan waktunya untuk membina penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen, Pegawai, Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu

yang sangat bermanfaat kepada penulis semoga ilmu yang didapatkan oleh penulis berkah dan dapat berguna kedepannya.

6. Seluruh Civitas Akademika UIN Raden Intan Lampung dan IAIN Metro yang telah berbaik hati dan membantu serta meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian sebagai data dalam penelitian skripsi ini.
7. Untuk Shiro Printing, terimakasih sudah membantu dan menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Saudara-saudara dan teman-teman saya yaitu Novita, dan Zahra. Terimakasih atas bantuannya, semangat dan motivasi dari kalian.
9. Penghuni grup terlalu halu dan teman-teman seperjuangan angkatan 2019 khususnya kelas D Perbankan Syariah yang turut berperan dalam penyelesaian studi penulis dan terimakasih juga sudah memberikan semangat serta dukungan satu sama lain dan semoga kita semua mampu menjadi orang sukses kedepan nya.

Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan karuniaNya kepada Orang Tua, Bapak dan Ibu dosen, Sahabat dan seluruh pihak yang terlibat. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal ini tidak lain karena keterbatasan waktu, dan kemampuan yang dimiliki dalam menulis skripsi ini. Untuk itu kepada para pembaca dapat memberikan kritik, saran dan masukan yang membangun guna melengkapi skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca atau peneliti berikutnya untuk perkembangan ilmu khususnya ilmu Perbankan Syariah.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Bandar Lampung, 07 Agustus 2023

Penulis



Niken Ekowati

NPM. 1951020394

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	3
C. Batasan Masalah.....	14
D. Rumusan Masalah .....	15
E. Tujuan Penelitian.....	15
F. Manfaat Penelitian.....	16
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	16
H. Sistematika Penulisan.....	24

### **BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

A. Landasan Teori.....	26
1. <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	26
2. Teori Perilaku Keuangan .....	27
3. Literasi Asuransi Syariah.....	29
4. Religiusitas .....	32
5. Promosi.....	36
6. Minat.....	40
7. Asuransi Syariah.....	42
8. Civitas Akademika.....	51

B. Kerangka Berfikir.....	51
C. Pengajuan Hipotesis .....	52

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	56
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	56
C. Sumber Data.....	57
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data .....	57
E. Definisi Operasional Variabel .....	62
F. Metode Analisa Data.....	65
G. Regresi Linier Berganda.....	68
H. Uji Hipotesis .....	68

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Data.....	70
B. Pembahasan Hasil Penelitian dan Analisis .....	76

### **BAB V PENUTUP**

A. Simpulan .....	96
B. Rekomendasi.....	97

### **DAFTAR RUJUKAN**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pelaku Asuransi Syariah di Indonesia .....	5
Tabel 1.2 Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah .....	7
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	17
Tabel 3.1 Populasi UIN Raden Intan Lampung.....	57
Tabel 3.2 Populasi IAIN Metro .....	58
Tabel 3.3 Populasi UIN Raden Intan Lampung dan IAIN Metro.....	58
Tabel 3.4 Sebaran Sampel Penelitian .....	60
Tabel 3.5 Kategori Sebaran Sampel Penelitian.....	60
Tabel 3.6 Pengukuran Skala Likert .....	62
Tabel 3.7 Definisi Operasional Variabel .....	63
Tabel 4.1 Universitas Responden .....	70
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	70
Tabel 4.3 Usia Responden.....	71
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden.....	71
Tabel 4.5 Status Pekerjaan Responden.....	72
Tabel 4.6 Pendapatan Perbulan Responden .....	72
Tabel 4.7 Unit Kerja Responden .....	73
Tabel 4.8 Pengetahuan Responden Tentang Asuransi Syariah ....	73
Tabel 4.9 Sumber Pengetahuan Responden.....	74
Tabel 4.10Minat Responden Menggunakan Asuransi Syariah ....	74
Tabel 4.11Minat Responden Jika Sudah Menggunakan Asuransi Syariah.....	75
Tabel 4.12 Jangka Waktu Responden Sudah Menggunakan Asuransi Syariah.....	75
Tabel 4.13 Alasan Responden Tidak Berminat Menggunakan Asuransi Syariah.....	76
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Literasi.....	76
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Religiusitas .....	76
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Promosi .....	79

Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Minat .....	80
Tabel 4.18 Uji Validitas .....	81
Tabel 4.19 Uji Reabilitas.....	83
Tabel 4.20 Hasil Uji Normalitas.....	84
Tabel 4.21 Hasil Uji Multikolineritas.....	84
Tabel 4.22 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	86
Tabel 4.23 Hasil Uji T.....	87
Tabel 4.24 Hasil Uji F.....	89
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	89



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	52
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedasitas .....	85

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Tabulasi Data Penelitian
3. Hasil Uji Validitas
4. Hasil Uji Reabilitas
5. Hasil Uji Normalitas
6. Hasil Uji Multikolenieritas
7. Hasil Uji Heterokedasitas
8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
9. Hasil Uji Hipotesis
10. Hasil Uji T
11. Hasil Uji F
12. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )
13. Surat Permohonan Izin Riset
14. Surat Balasan Izin Riset
15. Dokumentasi

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Penegasan Judul

Pada kerangka awal guna mendapat gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami skripsi ini maka perlu adanya ulasan terhadap penegasan arti dan maksud dari beberapa istilah yang terkait dengan judul skripsi ini. Berdasarkan penegasan tersebut diharapkan tidak akan terjadi kesalahpahaman terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan. Adapun judul skripsi ini yaitu **“Pengaruh Literasi, Religiusitas, dan Promosi terhadap Minat Pada Kalangan Civitas Akademika Menggunakan Produk Asuransi Syariah (Studi Pada Kalangan Civitas Akademika UIN Raden Intan Lampung Dan IAIN Metro)”**. Adapun uraian-uraian dari istilah judul tersebut sebagai berikut:

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang dalam hal ini menjadi dasar konsumen dalam memilih suatu produk.<sup>1</sup>
2. Literasi berasal dari istilah latin *“literature”* dan bahasa inggris *“letter”*. Literasi merupakan kualitas atau kemampuan melek huruf/aksara yang di dalamnya meliputi kemampuan membaca dan menulis. Namun lebih dari itu, makna literasi juga mencakup melek visual yang artinya "Kemampuan untuk mengenali dan memahami ide-ide yang disampaikan secara visual".<sup>2</sup>
3. Religiusitas adalah satu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Sikap keagamaan merupakan suatu keadaan yang ada pada diri seseorang

---

<sup>1</sup> Ade Arthesa;Endia Handiman, *Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* (Jakarta: PT: Gramedia Pustaka Utama, 2011).

<sup>2</sup> Kamisa, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Kartika 1997).

yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.<sup>3</sup>

4. Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan, dan publisitas.<sup>4</sup>
5. Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.<sup>5</sup>
6. Asuransi Syariah adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong di antara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan/atau Tabbaru“ yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.<sup>6</sup>
7. Civitas Akademika adalah sekelompok manusia yang terlibat dalam aktivitas pendidikan tinggi dan penelitian, civitas akademika mengarah pada dosen, karyawan, serta mahasiswa.<sup>7</sup>

---

<sup>3</sup> Jalaluddin, *Psikologi Agama* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010).

<sup>4</sup> Al Arif; Nur Rianto, *Pemasaran Strategik Pada Asuransi Syariah* (Bekasi: Gramata Publising, 2015).

<sup>5</sup> Slameto, *Belajar & Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).180

<sup>6</sup> Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana Pranada Group, 2009).

<sup>7</sup> R P Tjahjono and C W P Suchoyo, ‘Kesadaran Civitas Akademika Terhadap Program Greeners “My Waste” Yang Diterapkan Di Kantin Universitas Kristen Petra Surabaya’, *Jurnal Hospitality Dan ...*, 5 (2014), 1–15

## B. Latar Belakang Masalah

Didalam kehidupan pasti akan dihadapkan dengan ketidakpastian dan risiko, mulai dari risiko sakit, kecelakaan, bahkan kematian karena risiko seperti kematian tidak bisa dihindari oleh sebab itu manusia dituntut untuk merencanakan masa depan secara komperenshif. Risiko dapat terjadi dalam segala kemungkinan yang tidak diduga, seharusnya masyarakat memiliki suatu jaminan untuk menjamin kehidupan, kesehatan, serta pendidikan agar terjamin dimasa yang akan datang. Maka manusia sebagai seorang konsumen membutuhkan suatu produk yang dapat menjamin atau memproteksi atas risiko yang akan terjadi yakni dikenal dengan istilah asuransi. Lembaga asuransi merupakan lembaga keuangan nonbank yang mempunyai peranan yang tidak jauh berbeda dengan bank yaitu bergerak dalam bidang layanan jasa yang diberikan kepada masyarakat dalam mengatasi risiko yang akan datang.

Asuransi syariah secara umum adalah sebagai salah satu cara untuk mengatasi terjadinya musibah dalam kehidupan, dimana manusia senantiasa dihadapkan pada kemungkinan bencana yang dapat menyebabkan hilangnya atau berkurangnya nilai ekonomi seseorang baik terhadap diri sendiri, keluarga, atau perusahaan yang diakibatkan oleh meninggal dunia, kecelakaan, sakit, dan usia tua.<sup>8</sup> Dengan mengambil produk asuransi syariah, maka seseorang akan menjadi lebih tenang dalam melakukan aktivitasnya. Seseorang tidak perlu memikirkan risiko-risiko yang mungkin timbul akibat suatu kejadian dimasa yang akan datang karena sebagian dari risikonya telah dialihkan ke perusahaan asuransi.

Asuransi syariah hadir di Indonesia diawali dengan terbentuknya Tim Pembentukan Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI). Atas prakarsa Ikatan Cedekiawan Muslim Indonesia (ICMI) pada 27 Juli 1993 melalui Yayasan Abadi Bangsa bersama Bank Muamalat Indonesia (BMI) dan

---

<sup>8</sup> Ade Arthesa; Endia Handiman, *Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank* (Jakarta: Indeks, 2006).

perusahaan Asuransi tugu Mandiri sepakat memprakarsai pendirian asuransi takaful, dari tiga lembaga ini membentuk Tim Pembentukan Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI). Pada 25 Agustus 1994 dibentuklah secara resmi Asuransi Takaful Keluarga yang beroperasi dibawah anak perusahaan PT. Syarikat Takaful Indonesia. Berdirinya PT. Syarikat Takaful Indonesia sebagai  *Holding Company*  dan disusul dengan adanya dua anak perusahaan yaitu perusahaan asuransi jiwa syariah bernama PT. Asuransi Takaful Keluarga pada 4 Agustus 1994 dan perusahaan asuransi kerugian syariah bernama PT Asuransi Takaful Umum pada 2 Juni 1995.<sup>9</sup>

Keberadaan perusahaan asuransi hingga saat ini masih populer di sebagian kalangan masyarakat Indonesia, terutama asuransi konvensional masih menjadi pilihan utama masyarakat dibandingkan dengan asuransi syariah. Walaupun saat ini perekonomian syariah sudah mulai berkembang dimasyarakat, namun hal tersebut belum membuat keberadaan asuransi syariah menjadi pilihan utama dalam asuransi. Ada beberapa faktor penyebab mengapa asuransi syariah kurang begitu diminati, diantaranya masih rendahnya literasi masyarakat. Perusahaan tersebut bukan berarti belum berkembang di Indonesia, tetapi mengalami proses perkembangan yang cukup lambat. Ini dibuktikan banyak perusahaan asuransi konvensional yang mengalihkan fungsikan perusahaannya menjadi asuransi syariah atau mendirikan anak cabang perusahaan baru berbasis syariah, namun tetap banyak ditemukan dilapangan bahwa masih banyak masyarakat yang minim pengetahuan terkait keberadaan asuransi syariah.<sup>10</sup> Berikut tabel perkembangan jumlah pelaku asuransi syariah di Indonesia.

---

<sup>9</sup> Ahmad Ajib Ridlwan, 'Asuransi Perspektif Hukum Islam', *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, Vol.04 (2004), 1.

<sup>10</sup> Aulia Chintya Dewi and Atika, 'Strategi Pemasaran Perusahaan Asuransi Takaful Keluarga Untuk Mendorong Generasi Milenial Menggunakan Produk Asuransi Syariah', *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, Vol.1, No.2 (2022).

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Pelaku Asuransi Syariah di Indonesia**

No	Perusahaan	2017	2018	2019	2020	2021
1	Perusahaan Asuransi Jiwa dengan Prinsip Syariah					
	-Full Syariah	7	7	7	7	7
	-Unit Usaha Syariah	5	23	23	23	23
2	Perusahaan Asuransi Umum dengan Prinsip Syariah					
	-Full Syariah	1	5	5	5	6
	-Unit Usaha Syariah	23	24	24	21	20
3	Perusahaan Reasuransi dengan Prinsip Syariah					
	-Full Syariah	25	1	1	1	1
	-Unit Usaha Syariah	2	2	2	3	3
Total		63	62	62	60	60

Sumber : Statistik Industri Keuangan Nonbank Syariah 2021, diakses pada 04 April 2023

Pada tabel diatas dapat diketahui perkembangan perusahaan asuransi syariah di Indonesia pada tahun 2017 sampai 2021 terus mengalami penurunan. Namun pada tahun 2021, terdapat penambahan satu perusahaan asuransi umum full syariah dan pengurangan satu unit usaha perusahaan asuransi umum. Hal ini bisa disebabkan, karena masyarakat lebih cenderung dan lebih banyak menggunakan jasa asuransi konvensional atau sudah memiliki BPJS daripada menggunakan asuransi syariah.

Pertumbuhan asuransi syariah yang kurang pesat dapat disebabkan oleh rendahnya penggunaan dan kepercayaan masyarakat terhadap produk asuransi. Hal ini dikarenakan permasalahan yang sering muncul disektor asuransi syariah berupa proses klaim yang sulit, premi yang tidak terjangkau oleh seluruh kalangan, kurangnya akses masyarakat untuk mendapatkan produk asuransi dan potensi gagal bayar.<sup>11</sup> Selain itu masih banyak masyarakat Indonesia yang masih beranggapan bahwa asuransi syariah memerlukan prosedur yang rumit dibandingkan dengan asuransi konvensional, hingga menimbulkan kegelisahan masyarakat terkait sistem pengelolaan yang tidak sesuai dengan syariah

<sup>11</sup> 'Prospek Insurtech Di Indonesia', *Otoritas Jasa Keuangan*, 2023.

islam dan memunculkan anggapan bahwa asuransi berbasis syariah hanya berlabel syariah saja sedangkan kegiatan operasionalnya sama dengan asuransi konvensional.

Rendahnya literasi masyarakat dalam menggunakan produk asuransi syariah disebabkan masih kurangnya pemahaman masyarakat mengenai produk asuransi syariah dan mekanismenya. Literasi adalah bentuk sosialisasi pengetahuan tertentu dimana bertujuan untuk memperoleh peningkatan kemampuan pemahaman dari pengetahuan tersebut. Pengetahuan seseorang mengenai sesuatu menjadi penting sebagai dasar untuk berpikir kritis. Tingkat literasi masyarakat memiliki suatu hubungan yang vertikal terhadap kualitas yang berpengaruh pada perilaku seseorang, wawasan, dan mental.<sup>12</sup> Kondisi ini memerlukan upaya dan kerja keras bersama bagi seluruh perusahaan asuransi syariah untuk dapat meningkatkan tingkat kesadaran masyarakat terkait produk-produk yang ada dan dimiliki oleh asuransi syariah. Untuk itu diperlukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat karena dengan meningkatkan literasi masyarakat menjadi paham sehingga berminat untuk berasuransi syariah.

Tingkat literasi masyarakat terhadap produk jasa keuangan syariah menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong perkembangan keuangan syariah di Indonesia. Masyarakat diharapkan tidak hanya mengetahui dan memahami lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, namun juga perlu ada perubahan sikap dan perilaku keuangan guna mencapai kesejahteraan secara keuangan. Aspek sikap dan perilaku ini penting karena sikap dan perilaku keuanganlah yang mendorong seseorang untuk menentukan tujuan keuangan, memiliki perencanaan keuangan mengambil keputusan keuangan dan mengelola keuangan dengan lebih baik.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Aula Nurul Ma'rifah, 'Tingkat Literasi Aksesibilitas Wisatawan Domestik Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Pariwisata*, 1 (2023), 20–26.

<sup>13</sup> Kusumaningtuti S. Soetiono; Cecep Setiawan, *Literasi Dan Inklusi Keuangan Indonesia* (Depok: PT.Raja Grafindo Persaa, 2018).8



**Tabel 1.2**  
**Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah**

<b>Indeks Syariah</b>	<b>2016</b>	<b>2019</b>	<b>2022</b>
Literasi	8,11%	8,93%	9,14%
Inklusi	11,06%	9,10%	12,12%

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, SNLIK 2022 diakses pada 16 April 2023

Dari tabel di atas, terlihat bahwa terjadi penurunan indeks literasi dan inklusi keuangan syariah pada tahun 2019 namun terjadi peningkatan kembali pada tahun 2022. Hal ini menunjukkan adanya upaya yang dilakukan oleh pemerintah dan industri keuangan syariah dalam meningkatkan pemahaman dan akses masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan syariah di Indonesia. Dari aspek kelembagaan asuransi syariah, menunjukkan data yang pernah dipresentasikan Otoritas Jasa Keuangan, Literasi asuransi syariah di masyarakat masih sangat rendah yakni hanya sekitar 6,9%. Dari total persentase tersebut 22% sudah memiliki produk asuransi, 17,7% menyatakan berminat, dan selebihnya tidak memiliki asuransi dan belum berminat.<sup>14</sup> Dari data tersebut menunjukan bahwa literasi asuransi syariah pada masyarakat harus lebih ditingkatkan. Semakin tinggi tingkat literasi masyarakat terhadap keuangan syariah, maka semakin besar permintaan masyarakat terhadap produk keuangan syariah sehingga akan dapat mendukung dan mendorong pertumbuhan kinerja asuransi syariah.

Indeks literasi keuangan syariah yang lebih tinggi dibandingkan inklusi keuangan syariah menunjukkan bahwa banyak masyarakat yang sudah memahami keuangan syariah tetapi belum mau menginvestasikan dananya pada keuangan syariah. Ketua Umum Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) Ahmad Sya'roni menjelaskan ada tiga faktor utama mengapa asuransi syariah belum menjadi pilihan masyarakat Indonesia. Pertama, secara umum asuransi belum menjadi kebutuhan utama masyarakat, khususnya di kalangan ekonomi

---

<sup>14</sup> *Optimisme Asuransi Syariah Capai Pertumbuhan Produktif*, 2020.

menengah ke bawah. Kedua, tingkat literasi yang kurang masif mengenai asuransi syariah dan perbedaannya dengan produk konvensional. Mengenai upaya edukasi tersebut, Sya'roni mengakui hal itu masih menjadi pekerjaan rumah besar bagi industri asuransi syariah. Ketiga, hampir semua produk syariah dikembangkan oleh perusahaan yang awalnya memasarkan asuransi konvensional. Pada akhirnya produk syariah kalah pamor dibanding asuransi konvensional yang telah lebih dulu ada.<sup>15</sup>

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Sry Daryani Simatupang hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian parsial variabel literasi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menggunakan produk asuransi syariah pada mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara.

Faktor lain yang dapat berpengaruh dalam minat menggunakan produk asuransi syariah adalah religiusitas. Khususnya dalam Islam ketika seorang individu mengkonsumsi sesuatu atau bertransaksi harus memperhatikan halal dan haramnya. Oleh karena itu, setiap manusia dalam melakukan aktivitasnya didasarkan pada ketentuan agamanya yang sesuai dengan perintah Tuhannya yang bertujuan untuk mendapatkan ridha-Nya.<sup>16</sup> Seorang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi akan memilih produk asuransi yang berbasis syariah sebagai pilihannya dalam bermuamalah. Hal ini sebagai komitmen seorang muslim untuk menjalankan segala bentuk perintah Allah dan menjauhi segala bentuk muamalah yang dilarang-Nya.

Religiusitas mampu mempengaruhi aspek perilaku seseorang untuk memilih produk berdasarkan pada aturan-aturan serta larangan dari agama. Pandangan tersebut tentu berpengaruh pada pemilihan produk di asuransi syariah.

---

<sup>15</sup> Reni Lestari, 'Asuransi Syariah Belum Jadi Pilihan Karena 3 Faktor Ini', 2018

<sup>16</sup> Muhammad Kurniawan dan Eka Septiana, 'Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Pelaku Umkm Di Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah)' *Al-Mashrof is Islamic Banking and Finance*, Vol.1, No.2 (2020).

Semakin tinggi religiusitas seseorang maka semakin berhati-hati dalam bertindak. Asuransi syariah yang berpegang pada nilai saling tolong-menolong merupakan potensi yang sangat baik jika dioptimalkan. Apalagi konsep asuransi syariah sangat berbeda dengan konsep asuransi konvensional yang rentan terhadap isu *moral hazard* dan *adverse selection*. Berdasarkan sikap ini maka manusia dalam melakukan suatu aktivitas sesuai dengan ketentuan agama dengan tujuan mendapatkan keridhan-Nya.

Seperti pada penelitian yang dilakukan Bella Oktaviani menyatakan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap faktor yang mempengaruhi pegawai Universitas Islam Indonesia menggunakan asuransi syariah. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin tinggi tingkat religiusitas pegawai Universitas Islam Indonesia maka keputusan dalam menggunakan asuransi syariah semakin besar.

Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Rama Muhamad Pramudya dan Mira Rahmi menunjukkan bahwa variabel religiusitas yang tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah. Dalam penelitian ini tingkat religiusitas bersamaan dengan tingkat minat menggunakan asuransi syariah dengan kata lain walaupun tingkat religiusitas seseorang meningkat hal tersebut tidak memengaruhi minat menggunakan asuransi syariah, begitupun sebaliknya karena variabel religiusitas tidak memiliki nilai signifikansi terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah. Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya apapun keyakinan yang dianut seseorang tidak memengaruhi terhadap minat dalam menggunakan asuransi syariah.

Mencermati dua pernyataan temuan yang berbeda antara kesimpulan religiusitas bukan menjadi faktor penentu dan religiusitas menjadi faktor penentu menggunakan asuransi syariah, kiranya layak jika dilakukan penelitian lanjutan dengan fokus bagaimana sesungguhnya pengaruh religiusitas terhadap minat menggunakan produk asuransi syariah.

Faktor lain yang dapat berpengaruh dalam minat menggunakan produk asuransi syariah adalah promosi. Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen dalam saluran penjualan barang dan jasa yang ada diperusahaan tersebut.<sup>17</sup> Maka dari itu lembaga asuransi syariah perlu mempromosikan produknya ke masyarakat karena dengan adanya promosi bisa menjadi sarana pemasaran produk, dalam memasarkan produk asuransi syariah maupun sarana untuk mengenalkan asuransi syariah kepada masyarakat. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen karena tanpa adanya promosi konsumen tidak akan mengetahui produk yang dimiliki perusahaan asuransi syariah. Menurut Kotler<sup>18</sup> salah satu bentuk promosi yang dapat dilakukan adalah periklanan, *sales promotion*, *public relations*, *personal selling*, dan *direct marketing*.

Namun terdapat tantangan yang harus dihadapi industri asuransi syariah yang menjadi salah satu penyebab rendahnya pasar asuransi syariah adalah minimnya ketersediaan dana untuk melakukan promosi, sosialisasi, dan edukasi bagi masyarakat. Selain itu, bertambahnya perusahaan asuransi syariah di Indonesia belum diikuti dengan ketersediaan sumber daya insani (SDI) seperti broker asuransi syariah, agen, dan *adjuster* yang baik secara kuantitas maupun kualitas. Ini juga yang menyebabkan produk dan layanan asuransi syariah kadang masih tertinggal dari asuransi konvensional.<sup>19</sup>

Pentingnya promosi dalam penjualan produk asuransi dan untuk menarik antusiasme masyarakat terhadap asuransi syariah memang tetap menjadi yang utama. Hal ini sejalan dengan Fayshal dalam penelitiannya bahwa AJB Bumiputera Syariah secara keseluruhan sudah menerapkan strategi bauran

---

<sup>17</sup> Raja Sakti Putra Harahap dan Sukmala Devi, 'Pengaruh Strategi Promosi Asuransi Syariah Terhadap Nasabah Asuransi Jiwa Axa Pada Bank Syariah Mandiri', *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 6.1 (2021), 58

<sup>18</sup> Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2005).

<sup>19</sup> *Optimisme Asuransi Syariah Capai Pertumbuhan Produktif*.

pemasaran yaitu AJB Bumiputera telah memiliki produk asuransi jiwa syariah yang beragam, dengan premi atau harga yang relatif terjangkau, menerapkan promosi yang fokus dan terarah melalui seminar-seminar dan mendistribusikan produk melalui jalur distribusi *personal selling* yang memadai. Aspek promosi lebih mendapatkan prioritas dibandingkan dengan aspek bauran pemasaran lainnya karena dianggap dapat meluaskan jangkauan calon pemegang polis. Untuk lebih meningkatkan volume penjualan, perusahaan perlu memiliki alternatif media lain untuk tujuan promosi sebagai pendorong.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hanafi dan Lusiana Ayu Agustina hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat dalam berasuransi syariah pada Desa Kabundungan Kabupaten Sukabumi. Artinya kenaikan promosi yang baik akan diikuti dengan kenaikan minat masyarakat dalam berasuransi syariah.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Safhira Evani Hanifah Saputri dan Rachma Indrarini menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh secara signifikan dengan kurangnya minat masyarakat Surabaya memilih asuransi syariah. Dikarenakan asuransi yang belum menjadi kebutuhan utama dan beberapa masyarakat sudah terproteksi asuransi dari tempatnya bekerja, sehingga variabel promosi bukanlah salah satu penyebab kurangnya minat masyarakat Surabaya memilih asuransi syariah. Hal ini membuktikan bahwa promosi yang dilakukan oleh perusahaan asuransi syariah telah sampai kepada masyarakat dan sudah dilaksanakan seefektif mungkin.

Dalam penelitian Salamudin menunjukkan bahwa terdapat pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan jumlah peserta asuransi. Dalam kegiatan promosi perusahaan asuransi syariah untuk menarik minat masyarakat adalah melalui media periklanan dan kegiatan penjualan para agen, dari semua bentuk promosi yang ada perusahaan asuransi syariah sebagian besar kegiatan promosi dilakukan oleh penjualan

pribadi (*personal selling*) karena cara ini dipandang lebih efektif dalam meningkatkan jumlah peserta asuransi.

Kurangnya minat masyarakat terhadap asuransi syariah, menurut Soemitra disebabkan karena terdapat kelemahan dari bisnis asuransi syariah, diantaranya adalah sumber daya pendukung belum banyak memahami bisnis syariah, dalam hal pemasaran, alternatif distribusi relatif masih terbatas dibandingkan pola konvensional, kompleksitas dalam administrasi misalnya perhitungan bagi hasil investasi memerlukan dukungan sistem yang anda, permodalan yang terbatas akan mempengaruhi system pendukung manajemen, strategi bisnis dan ketersediaan infrastruktur (internal, external, *customer support*).

Berdasarkan pra survey yang peneliti lakukan dengan salah satu mahasiswa yang melaksanakan magang di lembaga asuransi syariah bahwa pihak asuransi syariah dalam mempromosikan produknya dilakukan dengan cara mendatangi secara langsung ke lokasi seperti ke lingkungan sekolah atau universitas untuk memperkenalkan produk dan membagikan brosur mengenai asuransi syariah untuk menarik minat masyarakat menggunakan produk asuransi syariah yang ditawarkan. Untuk di UIN Raden Intan Lampung pihak perusahaan asuransi belum pernah melakukan promosi produknya secara langsung ke lingkungan UIN Raden Intan Lampung. Berdasarkan pra survey diatas dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan perusahaan asuransi syariah belum merata.<sup>20</sup>

Dari hasil pra survey yang peneliti lakukan terhadap civitas akademika UIN Raden Intan Lampung hanya ada sebagian kecil yang sudah ikut asuransi syariah. terdapat beberapa faktor yang menyebabkan mereka tidak atau belum menjadi nasabah asuransi syariah salah satunya karena asuransi syariah dalam praktiknya sama seperti asuransi

---

<sup>20</sup> 'Pra Survey Dengan Salah Satu Mahasiswa Yang Magang Di Perusahaan Asuransi. Pada Tanggal 6 Desember 2022'.

konvensional<sup>21</sup>. Selain itu, alasan lainnya karena sudah ada asuransi lain seperti BPJS.

Kemudian peneliti melakukan pra survey dengan civitas akademika IAIN Metro, hanya ada sebagian kecil yang sudah ikut asuransi syariah. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan mereka tidak atau belum menjadi nasabah asuransi syariah salah satunya mengatakan sudah mengetahui asuransi syariah tetapi untuk menggunakan produk asuransi syariah beliau tidak berminat karena menganggap asuransi syariah sama seperti asuransi konvensional, selain itu beliau sudah memiliki BPJS yang telah disediakan oleh pihak kantor tempat beliau bekerja. Berdasarkan pra survey tersebut dapat disimpulkan bahwa banyak yang sudah mengetahui asuransi syariah tetapi tidak menggunakan produk asuransi syariah.<sup>22</sup>

Berbagai alasan yang memicu civitas akademika enggan berasuransi syariah, sebagian merupakan alasan dari dalam diri seperti literasi civitas akademika sudah memahami dan mengetahui tentang asuransi syariah tetapi enggan untuk berasuransi karena belum berminat atau belum terpikiran untuk berasuransi syariah. Kemudian yang berkaitan dengan religiusitas yaitu adanya keraguan mengenai praktik asuransi syariah apakah operasionalnya sudah sesuai dengan syariat islam atau belum. Sedangkan alasan dari luar berasal dari asuransi syariah sendiri. Kesulitan akses untuk menjangkau jika dibandingkan dengan asuransi konvensional, informasi mengenai asuransi syariah cenderung lebih terbatas dan kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak asuransi syariah.

Berdasarkan pemaparan diatas antara literasi dan religiusitas masing-masing civitas akademika berbeda serta kurangnya promosi dari lembaga asuransi syariah membuat asuransi syariah jarang terdengar oleh masyarakat. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan peneliti

---

<sup>21</sup> 'Pra Survey Dengan Salah Satu Civitas Akademika UIN Raden Intan Lampung, Pada Tanggal 15 Juni 2023'.

<sup>22</sup> 'Pra Survey Dengan Salah Satu Civitas Akademika IAIN Metro, Pada Tanggal 20 Juni 2023'.

memilih civitas akademika sebagai objek penelitian, karena peneliti merasa meski sama-sama berstatus sebagai civitas akademika tentu memiliki pandangan yang berbeda terhadap sesuatu untuk masing-masing individu.

Disini peneliti mengambil objek penelitian di UIN Raden Intan Lampung dan IAIN Metro. Kedua universitas tersebut hadir untuk memenuhi permintaan akan sebuah pendidikan tinggi yang mengintegrasikan pengetahuan umum dengan ajaran-ajaran Islam dan dari awal kehadirannya UIN Raden Intan Lampung dan IAIN Metro telah mengutamakan ajaran-ajaran Islam disetiap praktik kehidupan perkuliahan. Sehingga tidak heran jika mayoritas civitas akademika beragama Islam. Pemilihan lokasi penelitian ini didasari bahwa civitas akademika UIN Raden Intan Lampung dan IAIN Metro mempunyai latar belakang pendidikan yang berbeda-beda, baik pendidikan umum maupun pendidikan islam. Sehingga tentu saja memiliki pemahaman yang berbeda-beda mengenai suatu hal termasuk asuransi syariah yang penuh pro dan kontra di kalangan masyarakat. Begitu juga dengan religiusitas masing-masing civitas akademika tentu saja berbeda dalam mendalami agama. Meskipun status mereka sama-sama civitas akademika dan bekerja di universitas islam. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian. Adapun yang menjadi judul dalam skripsi ini adalah **“Pengaruh Literasi, Religiusitas dan Promosi terhadap Minat Pada Kalangan Civitas Akademika Menggunakan Produk Asuransi Syariah (Studi Pada Kalangan Civitas Akademika UIN Raden Intan Lampung dan IAIN Metro)”**

### C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, untuk memperjelas ruang lingkup masalah yang akan dibahas dan agar penelitian dilaksanakan secara fokus dan terarah maka terdapat identifikasi dan batasan masalah yang akan diteliti, batasan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:



1. Responden dalam penelitian ini civitas akademika yang dimaksud adalah Dosen Tetap PNS, Dosen Tetap Non PNS dan Tenaga Kependidikan di UIN Raden Intan Lampung dan IAIN Metro.
2. Variabel bebas pada penelitian ini adalah literasi, religiusitas dan promosi. Sedangkan variabel terkait pada penelitian ini adalah minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka titik fokus pembahasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi berpengaruh secara parsial terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah?
2. Apakah religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah?
3. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah?
4. Apakah literasi, religiusitas, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengkaji pengaruh literasi secara parsial terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah.
2. Untuk mengkaji pengaruh religiusitas secara parsial terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah.
3. Untuk mengkaji pengaruh promosi secara parsial terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah.

4. Untuk mengkaji seberapa berpengaruh literasi, religiusitas, dan promosi secara simultan terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah.

## **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman lebih mendalam mengenai asuransi syariah khususnya terhadap minat menggunakan produk dan memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi Perbankan Syariah

2. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi mengenai pengaruh literasi, religiusitas dan promosi terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah bagi peneliti selanjutnya yang memiliki pembahasan serupa dengan penelitian yang peneliti lakukan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi referensi sebagai bahan penelitian selanjutnya dan dapat memperluas cakupan bahasan mengenai minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah.

## **G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti menemukan beberapa hasil penelitian berupa jurnal dan skripsi yang mendukung terhadap judul penelitian ini antara lain:

**Tabel 1.3**  
**Penelitian Terdahulu yang Relevan**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian
1	Rama Muhamad Pramudya dan Mira Rahmi (2022)	Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah. <sup>23</sup>	Variabel bebas: Kualitas pelayanan  Objek penelitian: Generasi Milenial	1. Literasi asuransi berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah 2. Religiusitas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah 3. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah 4. Literasi

---

<sup>23</sup> Rama Muhamad Pramudya and Mira Rahmi, 'Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah', *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3.1 (2022), 70.

				asuransi, religiusitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah.
2	Sry Daryani Simatupang (2022)	Pengaruh Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Asuransi Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Febi UIN Sumatera Utara). <sup>24</sup>	Variabel bebas: Inklusi keuangan  Objek penelitian: Mahasiswa Febi UIN Sumatera Utara	1. Variabel literasi secara parsial bernilai positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk asuransi syariah pada mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara. 2. Variabel inklusi keuangan syariah secara parsial bernilai positif dan signifikan terhadap minat menggunakan

---

<sup>24</sup> Sry Daryani Simatupang, 'Pengaruh Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Asuransi Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Febi UIN Sumatera Utara)' (Skripsi, UIN Sumatera Utara, 2022).

				<p>produk asuransi syariah pada mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara.</p> <p>3. Variabel hasil uji F literasi dan inklusi keuangan syariah secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk asuransi syariah pada mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara</p>
3	Nurul Rahmania (2020)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Berbasis Syariah Di Kota Makassar. <sup>25</sup>	Objek penelitian: Masyarakat Kota Makassar	1. Harga Premi berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di

---

<sup>25</sup> Nurul Rahmania, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Berbasis Syariah Di Kota Makassar' (Skripsi, UIN Alauddin Makassar, 2020).

				<p>Kota Makassar.</p> <p>2. Kelompok Referensi berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar.</p> <p>3. Produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar</p> <p>4. Religiusitas memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi</p>
--	--	--	--	--

				berbasis syariah di Kota Makassar
4	Riris Eka Damayanti (Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2019)	Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menggunakan Asuransi Syariah Di Kelurahan Jurang Mangu Barat. <sup>26</sup>	Variabel bebas: Pengetahuan  Objek penelitian: Masyarakat Kelurahan Jurang Mangu Barat	1. Pengetahuan (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat (Y), yang berarti pengetahuan masyarakat mempengaruhi minat menggunakan asuransi syariah 2. Untuk minat menggunakan asuransi syariah dipengaruhi oleh variabel pengetahuan sebesar 7,2% sedangkan yang 92,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Membuktikan penelitian ini tidak dapat

---

<sup>26</sup> Riris Eka Damayanti, 'Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menggunakan Asuransi Syariah Di Kelurahan Jurang Mangu Barat' (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2019).

				menolak hipotesis yang mengatakan “Pengetahuan masyarakat mempengaruhi minat menggunakan asuransi syariah”
5	Aprillia Idha Rianti (2019)	Minat Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Menjadi Nasabah Asuransi Jiwa Syariah. <sup>27</sup>	Objek penelitian dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	1. Tingkat pengetahuan dosen fakultas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terhadap asuransi jiwa syariah sangat tinggi yaitu 100%. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berminat menjadi nasabah asuransi jiwa syariah tergolong tinggi, yaitu sebesar 61,5%. Namun, dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah menjadi

<sup>27</sup> Aprillia idha Rianti, ‘Minat Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Menjadi Nasabah Asuransi Jiwa Syariah’ (Skripsi, UIN Antasari, 2019).



				<p>nasabah asuransi jiwa syariah tergolong rendah, yaitu sebesar 45,8%.</p> <p>2. Faktor yang paling memengaruhi dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menjadi nasabah asuransi jiwa syariah adalah faktor dari dalam diri dengan sub faktor harapan yang memperoleh nilai rata-rata tingkat persetujuan responden sebesar 95,8%.</p>
6	Rico Setyo Adi Wiarno (2018)	Pengaruh Produk, Promosi, dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Syariah Di Asuransi Jiwa	Variabel bebas: - Produk -Citra perusahaan  Objek penelitian: Nasabah Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera	<p>1. Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi syariah.</p> <p>2. Promosi tidak berpengaruh terhadap</p>

		Syariah Bumiputera Tulungagung. <sup>28</sup>	Tulungagung	keputusan nasabah memilih asuransi syariah. 3. Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi syariah. Produk, promosi dan citra perusahaan saling berhubungan
--	--	---	-------------	--

## H. Sitematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini telah disusun oleh peneliti dengan sistematika secara berurutan yang terdiri dari beberapa bab sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika penulisan.

---

<sup>28</sup> Rico Setyo Adi Wiarno, 'Pengaruh Produk, Promosi, Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Syariah Di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung'" (Skripsi, IAIN Tulungagung, 2018).

## **BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang relevan dengan judul skripsi ini dan hipotesis yang menjadi jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian. Selain itu, bab ini juga memuat kerangka pemikiran dan pengajuan hipotesis.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian seperti waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta metode analisa data.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang hasil dari penelitian yang dilakukan serta pembahasan mengenai hasil tersebut. Bab ini meliputi Deskripsi Data, Analisis dan Interpretasi Data

## **BAB V PENUTUP DAN SARAN**

Dalam bab ini berisi kesimpulan dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya dan memuat saran yang ditujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan topik yang sama atau mengembangkan penelitian yang telah dilakukan agar penelitian selanjutnya dapat lebih baik lagi, serta berisi rekomendasi.

## **DAFTAR RUJUKAN**

## **LAMPIRAN**

## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

#### A. Landasan Teori

##### 1. *Theory Of Planned Behavior* (TPB)

*Theory Of Planned Behavior* (Teori perilaku terencana) merupakan pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Dalam psikologi, teori perilaku terencana adalah sebuah teori tentang hubungan antara keyakinan dan perilaku.<sup>1</sup> Seorang ahli Psikologi Sosial Izek Ajzen, telah mengembangkan teori yang sangat penting untuk melihat keterkaitan antara sikap dan perilaku. Bagaimana kemungkinan sebuah sikap terwujud sebagai perilaku, digambarkannya dengan teori yang disebut “teori perilaku terencana” (*Theory Of Planned Behavior*).<sup>2</sup>

Dalam *Theory of planned behavior* (teori perilaku terencana) menerangkan bahwa perilaku seseorang akan muncul karena adanya niat untuk berperilaku. *Theory of planned behavior* dikhususkan pada perilaku spesifik seseorang dan untuk semua perilaku secara umum. Minat seseorang untuk berperilaku dapat di pengaruhi oleh tiga hal yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subyektif (*subjective norm*), dan persepsi pengendalian diri (*perceived behavioral control*).<sup>3</sup>

- a. *Attitude toward the behavior* merupakan keseluruhan evaluasi seseorang mengenai positif atau negatifnya untuk menampilkan suatu perilaku tertentu.
- b. *Subjective norm* merupakan kepercayaan seseorang mengenai tuntutan dari orang lain yang dianggap penting baginya untuk bersedia menampilkan atau

---

<sup>1</sup> Alfeus Manuntung, *Terapi Perilaku Kognitif Pada Pasien Hipertensi* (Malang: Wineka Media, 2018).

<sup>2</sup> Nilan Widyarani, *Psikologi Populer: Kunci Pengembangan Diri* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009).

<sup>3</sup> Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan* (Yogyakarta: Andi, 2007).

tidak menampilkan suatu perilaku tertentu sesuai dengan tuntutan.

- c. *Perceived behavioral control* adalah persepsi seseorang tentang kemampuannya untuk menampilkan suatu perilaku tertentu.

*Theory of Planned Behaviour* (TPB) merupakan salah satu model yang dapat digunakan untuk menilai perilaku seseorang, dan teori ini telah diakui sebagai model terbaik untuk memahami perubahan perilaku dan telah dibuktikan sesuai untuk menilai perilaku minat. Oleh karena itu model *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang di gagas oleh Azjen digunakan untuk mengeksplorasi perilaku terencana. Penelitian ini mengenai Pengaruh literasi, religiusitas dan promosi terhadap minat civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah dalam *Theory of planned behavior* (TPB). Dimana norma subjektif tercermin melalui variabel literasi, religiusitas dan promosi, sedangkan kontrol perilaku tercermin melalui variabel minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah.

## 2. Teori Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan (*Financial Behavior*) merupakan kemampuan seseorang dalam mengatur perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian dan penyimpanan dana keuangan sehari-hari.<sup>4</sup> Perilaku keuangan mempelajari bagaimana manusia secara aktual berperilaku dalam sebuah penentuan keuangan. Khususnya, mempelajari bagaimana psikologi mempengaruhi keputusan keuangan perusahaan dan pasar keuangan.<sup>5</sup> Menurut Wicaksono dan Divarda

---

<sup>4</sup> Naila Al Kholilah and Rr. Iramani, 'Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya', *Journal of Business and Banking*, 3 (2013), 69–80.

<sup>5</sup> Adire Simon Deng, Lucy Rono, and Jane Sang, 'Credit Risk Management and the Performance of Financial Institutions in South Sudan', *Modern Economy*, 11 (2020).

perilaku keuangan merupakan suatu pendekatan yang menjelaskan bagaimana manusia melakukan investasi atau berhubungan dengan keuangan dipengaruhi oleh faktor psikologi.<sup>6</sup>

Perilaku keuangan berhubungan dengan tanggung jawab keuangan seseorang terkait dengan cara pengelolaan keuangan. Tanggung jawab keuangan merupakan proses pengelolaan uang dan aset yang dilakukan secara produktif. Pengelolaan uang adalah proses menguasai dan menggunakan aset keuangan. Ada berapa elemen yang masuk kepengelolaan uang yang efektif, seperti pengaturan anggaran, menilai pembelian berdasarkan kebutuhan dan uang adalah peroses penganggaran. Anggaran bertujuan untuk memastikan bahwa individu mampu mengelola kewajiban keuangan secara tepat waktu dengan menggunakan penghasilan yang diterima dalam periode yang sama. Munculnya financial behavior, merupakan dampak dari besarnya keinginan individu dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sesuai dengan tingkat pendapatan yang dipeoleh. Menurut Dew dan Xiao dalam Herdjiono dan Damanik dalam penerapan perilaku keuangan dibagi menjadi empat<sup>7</sup>, yaitu:

- a. Tabungan didefinisikan sebagai bagian dari pendapatan yang tidak dikonsumsi dalam periode tertentu. Seseorang tidak tahu yang akan terjadi di masa depan, maka uang harus disimpan untuk membayar kejadian tak terduga.
- b. Konsumsi adalah pengeluaran atas berbagai barang dan jasa. Financial Behavior seseorang dapat dilihat dari bagaimana dia melakukan konsumsinya

---

<sup>6</sup> Edrea Divarda Wicaksono, 'Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Pembayaran Kartu Kredit Pada Karyawan Di Surabaya', *Finesta*, 3 (2015).

<sup>7</sup> Irine Herdjiono and Lady Angela Damanik, 'Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior', *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 2016.

- seperti apa yang dibeli seseorang dan mengapa dia membelinya.
- c. Arus Kas adalah indikator utama dari kesehatan keuangan yaitu ukuran kemampuan seseorang untuk membayar segala biaya yang dimilikinya, manajemen arus kas yang baik adalah tindakan penyeimbangan, masukan uang tunai dan pengeluaran.
  - d. Manajemen utang adalah kemampuan seorang dalam memanfaatkan utang agar tidak membuat anda mengalami kerugian atau kebangkrutan, dengan kata lain memanfaatkan uang untuk meningkatkan kesejahteraannya.

### 3. Literasi Asuransi Syariah

- a. Pengertian Literasi Asuransi Syariah

Literasi berasal dari istilah latin “*literature*” dan bahasa inggris “*letter*”. Literasi merupakan kualitas atau kemampuan melek huruf/aksara yang di dalamnya meliputi kemampuan membaca dan menulis. Namun lebih dari itu, makna literasi juga mencakup melek visual yang artinya kemampuan untuk mengenali dan memahami ide-ide yang disampaikan secara visual.<sup>8</sup>

Menurut Alberta literasi bukan hanya sekedar kemampuan untuk membaca dan menulis namun menambah pengetahuan, keterampilan dan kemampuan yang dapat membuat seseorang memiliki kemampuan berpikir kritis, mampu memecahkan masalah dalam berbagai konteks, mampu berkomunikasi secara efektif dan mampu mengembangkan potensi dan berpartisipasi aktif dalam kehidupan bermasyarakat.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Kamisa, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Kartika, 1997).

<sup>9</sup> Alberta, *Literacy First: A Plan For Action* (Canada: Alberta Education, 2010).

Menurut Chen dan Velope literasi keuangan adalah sebagai kemampuan mengelola keuangan agar hidup bisa lebih sejahtera di masa yang akan datang bukan hanya sekedar pengetahuan untuk mengelola keuangan saja, namun juga dapat dilakukan dalam perilaku tiap individu untuk meningkatkan literasi keuangan.<sup>10</sup> Menurut Rahim, Hamed dan Rasyid mendefinisikan literasi keuangan syariah sebagai kecakapan seseorang dalam menggunakan pengetahuan, kemahiran dan sikap dalam pengelolaan sumber daya keuangan yang sesuai dengan ajaran Islam.<sup>11</sup>

Menurut Herman literasi asuransi merupakan pengetahuan atau pemahaman yang dimiliki oleh seseorang mengenai asuransi.<sup>12</sup> Menurut Salsabila literasi asuransi syariah merupakan kemampuan individu untuk memahami dan mengevaluasi informasi mengenai asuransi syariah yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah secara menyeluruh dan spesifik agar mengetahui manfaat dan keuntungan serta implikasi yang mungkin akan timbul apabila mendaftar sebagai peserta asuransi syariah sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan terhadap konsekuensi yang akan terjadi.<sup>13</sup>

Menurut Sadewo literasi asuransi syariah merupakan salah satu bentuk kegiatan dalam mendukung pertumbuhan keuangan syariah di masa depan, termasuk asuransi syariah, karena pemahaman dan kesadaran adalah kunci pertumbuhannya. Namun masih rendahnya pemahaman masyarakat mengenai

---

<sup>10</sup> Haiyang Chen and Ronald P. Volpe, *An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students* (Financial services review, 1998).

<sup>11</sup> S. H Rahim, R. A Rashid, and A. B Hamed, 'Islamic Financial Literacy and Its Determinants among University Students: An Exploratory Factor Analysis', *International Journal of Economics and Financial Issues*, 2016, 32–35.

<sup>12</sup> Heman, *Manajemen Asuransi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006).

<sup>13</sup> Avyanna Salsabila, 'Peran Demografi Terhadap Literasi Asuransi Syariah', *Staf Departemen Riset Dan Pengembangan SEF UGM*, 2016.



lembaga keuangan asuransi dan manfaatnya menjadi keprihatinan bersama para pelaku industri. Literasi asuransi bagi masyarakat itu penting, jika dilakukan pelaksanaan edukasi asuransi tujuannya untuk masyarakat luas agar dapat membantu mengatasi risiko-risiko yang akan terjadi.<sup>14</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa literasi asuransi syariah tidak hanya mencakup kemampuan seseorang dalam membaca dan menulis, tetapi juga pemahaman tentang konsep dan prinsip-prinsip asuransi syariah serta kemampuan untuk memahami dan mengevaluasi informasi mengenai asuransi syariah secara menyeluruh dan spesifik untuk mengetahui keuntungan, manfaat serta implikasi dan konsekuensi yang mungkin timbul jika menjadi peserta asuransi syariah.

b. Indikator Literasi Asuransi

Menurut Ayyanna terdapat beberapa elemen kunci dari kemampuan dan pengetahuan literasi Asuransi yang biasanya disebutkan dalam literature, yaitu:

- 1) Pengetahuan dasar dalam memahami asuransi.
- 2) Mengevaluasi informasi asuransi seperti memahami ciri-ciri utama dari layanan dasar asuransi, sikap dalam menggunakan asuransi, memahami menyadari pentingnya membaca dan memeliharanya.
- 3) Sadar akan resiko-resiko yang berhubungan dengan produk asuransi.

---

<sup>14</sup> Noviansyah Tri Sadewo, 'Pengaruh Literasi Asuransi Syariah Terhadap Minat Nasabah', *Universitas Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2018.

- 4) Mengetahui manfaat dan keuntungan serta implikasi yang timbul setelah menggunakan asuransi.<sup>15</sup>

#### 4. Religiusitas

##### a. Pengertian Religiusitas

Religiusitas berasal dari bahasa Latin *religio* dari akar kata *religere* yang berarti mengikat (*Dictionary of Spiritual Terms*). Mengandung makna bahwa agama pada umumnya memiliki aturan dan kewajiban yang harus dipatuhi dan dijalankan oleh pemeluknya. Mangunwijaya membedakan antara istilah religi atau agama dan religiusitas. Religi lebih menunjuk pada aspek-aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban, sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek yang senantiasa berhubungan dengan kedalaman manusia, yaitu penghayatan terhadap aspek-aspek religi yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati.<sup>16</sup>

Menurut Glock dan Stark menyatakan religiusitas sebagai komitmen religius (yang berhubungan dengan agama atau keyakinan iman) yang dapat dilihat melalui aktivitas atau perilaku individu yang bersangkutan dengan agama atau keyakinan iman yang dianut.<sup>17</sup> Menurut Esso dan Dibb menyatakan bahwa religiusitas adalah salah satu faktor pendorong penting dan dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Hal ini dapat didasari atas keputusan konsumen untuk membeli produk tergantung kadar keimanan mereka. Menurut Zakiah Daradjat berpendapat bahwa religiusitas merupakan suatu sistem yang kompleks dari kepercayaan

---

<sup>15</sup> Avyanna Salsabila.

<sup>16</sup> Jumal Ahmad, *Religiusitas, Refleksi, Dan Subjektivitas Keagamaan* (Yogyakarta: DeePublish, 2020). 14.

<sup>17</sup> Glock and Stark, *Religion and Society Intension* (Rand Mc Nally Company, 1969).

keyakinan dan sikap-sikap dan upacara-upacara yang menghubungkan individu dari satu keberadaan atau kepada sesuatu yang bersifat keagamaan.<sup>18</sup>

Religiusitas adalah suatu kesatuan unsur yang komprehensif, yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang yang beragama (*being religious*), dan bukan sekedar mengaku mempunyai agama (*having religious*). Religiusitas meliputi pengetahuan agama, pengalaman agama, perilaku (moralitas) agama, dan sikap sosial keagamaan. Dalam islam, religiusitas pada garis besarnya tercermin dalam pengamalan akidah, syari'ah dan akhlak. Atau dengan ungkapan lain: iman, islam dan ihsan. Bila semua unsur di atas telah dimiliki oleh seseorang, maka dapat dikatakan bahwa individu tersebut merupakan insan beragama yang sesungguhnya.

Berdasarkan pengertian diatas religiusitas adalah melakukan ibadah secara berulang-ulang, konsisten, dan tanpa paksaan dari orang lain karena rasa ikhlas, tulus, kepasrahan hati, dan mengharap rahmat serta ridhonya di hadapan pemiliknya. sejauh mana seseorang menganut suatu agama, menjalankan aturan dan ibadahnya, dan kaidah serta seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya.

b. Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Menurut Thouless faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas, sebagai berikut:<sup>19</sup>

1) Faktor Pengaruh Pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan social

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri

---

<sup>18</sup> Zakiah Daradjat, *Ilmu Jiwa Agama* (Jakarta: Bulan Bintang, 2007).

<sup>19</sup> Atik Masruroh, 'Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas', 2015.

dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan tersebut.

## 2) Faktor Pengalaman

Faktor ini berkaitan dengan jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan. Pada umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

## 3) Faktor Kehidupan

Faktor ini berupa kebutuhan-kebutuhan yang secara garis besar dapat diklasifikasikan menjadi empat kebutuhan yaitu: pertama kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, kedua kebutuhan akan cinta kasih, ketiga kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan keempat kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

## 4) Faktor Intelektual

Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan setiap individu memiliki tingkat religiusitas yang berbeda-beda dan dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi yaitu pengalaman emosional keagamaan, kebutuhan individu, sedangkan faktor internalnya yaitu pendidikan formal, keagamaan dan tradisi.

### c. Indikator Religiusitas

Menurut Glock dan Stark ada lima dimensi religiusitas yaitu:<sup>20</sup>

#### 1) Keyakinan

Dimensi ini menunjuk pada seberapa tingkat keyakinan muslim terhadap kebenaran ajaran-

---

<sup>20</sup> Reitsma, Jan, dkk, 'Dimension of Individual Religiosity and Charity: Cross National Effect Differences in European Countries', *On Review of Religious Research*, 2006, 347-62.

ajaran agama, terutama yang bersifat fundamental dan dogmatik. Dalam Islam, dimensi ini berkaitan rukun iman yang berisi enam kepercayaan, yaitu percaya dengan keberadaan dan ke-Esaan Allah SWT, percaya terhadap malaikat-malaikat, Rasul-RasulNya, Kitab-KitabNya, adanya hari kiamat, dan qadha serta qadar Allah SWT. Konsep tauhid atau pengakuan akan ke-Esaan Allah SWT menjadi dasar dari dimensi ini.

2) Peribadatan atau praktik

Dimensi ini berkaitan dengan komitmen dan ketaatan terhadap agama yang dianutnya, yang diwujudkan dalam ritual atau peribadatan sekaligus berkaitan dengan sejumlah perilaku. Yang dimaksud disini adalah perilaku-perilaku yang mengacu kepada perilaku khusus yang telah ditetapkan oleh ajaran agama islam seperti halnya yang dilakukan setiap saat yaitu, membaca Al-Qur'an, menjalankan sholat wajib, berpuasa, infak dll.

3) Pengalaman

Dimensi ini berkaitan dengan seberapa besar tingkat seseorang dalam merasakan pengalaman-pengalaman religinya. Dimensi ini terwujud dalam perasaan bersyukur kepada Allah, percaya kepada Allah akan mengabulkan doa-doa kita, khusyu ketika melaksanakan shalat, perasaan bergetar hatinya ketika mendengar ayat-ayat Al Quran, tertolong dari maut akibat bersedekah, Allah maha memberi rizqi dan lainnya.

4) Pengetahuan Agama

Dimensi ini menunjuk pada tingkat pengetahuan dan pemahaman muslim pada ajaran-ajaran agamanya, terutama ajaran-ajaran pokok yang termuat dalam Al Quran. Pemahaman agama dapat dicapai melalui pendidikan formal dan non formal. Pengetahuan agama dapat

diperoleh dari membaca buku-buku agama, mendatangi majlis ta'lim atau pengajian, mendengarkan acara keagamaan di radio, melihat tayangan keagamaan di TV dan sebagainya.

5) Pengamalan atau konsekuensi

Dimensi ini menunjuk pada seberapa besar perilaku muslim dipengaruhi oleh ajaran-ajaran agama. Dimensi ini tercermin dalam perilaku seseorang yang bertaqwa (menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya), yang meliputi: perilaku suka menolong, bersedekah, berlaku adil pada orang lain, jujur, tidak melakukan korupsi, tidak minum minuman keras, tidak berjudi, dan sebagainya.

## 5. Promosi

### a. Pengertian Promosi

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dapat mengarahkan organisasi atau seseorang untuk menciptakan transaksi antara pembeli dan penjual.<sup>21</sup> Menurut Kotler dan Keller promosi adalah berbagai kumpulan alat-alat insentif yang sebagian besar berjangka pendek, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang. Kegiatan promosi semata-mata bukan hanya sebagai alat komunikasi saja tetapi juga mengajak para konsumen melakukan pembelian produk tersebut sesuai dengan kebutuhannya.<sup>22</sup>

Julian Cummins menyatakan bahwa promosi sebagai serangkaian teknik yang digunakan untuk mencapai sasaran penjualan atau pemasaran dengan menggunakan biaya yang efektif, dengan memberikan

---

<sup>21</sup> Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran* (Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2011).94

<sup>22</sup> Kotler dan Keller Philip and Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2007).

nilai tambah pada produk atau jasa baik kepada perantara atau pemakai langsung. Biasanya tidak dibatasi dalam jangka waktu tertentu.<sup>23</sup>

Menurut Swastha, Basu dan T.Hani Handoko bahwa tujuan utama dari promosi adalah modifikasi tingkah laku konsumen, menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan produk atau jasa yang dijualnya.<sup>24</sup> Secara rinci dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Menginformasikan, yaitu kegiatan promosi ditujukan untuk memberitahukan pasar yang dituju tentang penawaran dari perusahaan.
- 2) Membujuk pelanggan sasaran, yaitu promosi yang bersifat membujuk umumnya kurang disenangi masyarakat namun demikian promosi ini diarahkan untuk mendorong pembelian.
- 3) Mengingat, yaitu promosi yang bersifat mengingatkan dilakukan terutama untuk mempertahankan merek produk dalam masa kedewasaan produk.
- 4) Modifikasi tingkah laku konsumen, yaitu promosi diarahkan untuk merubah kebiasaan pembelian konsumen.

Adapun promosi dalam bisnis syariah merupakan kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah penjualan. Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan asuransi secara korporat akan lebih mempermudah seorang agen asuransi dalam memasarkan produk asuransi yang dimiliki. Biasanya dalam kegiatan promosi, perusahaan berusaha memuji dan mengemukakan keunggulan barang yang dijualnya. Akan tetapi suatu hal yang

---

<sup>23</sup> Fandy Tjipto, *Strategi Pemasaran*, 4th edn (Yogyakarta: CV ANDI OFSET, 2015).

<sup>24</sup> Swastha, Basu dan T.Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran : Analisa Dan Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: BPFE UGM, 2005).

tidak baik adalah apabila perusahaan secara berlebihan memuji barang-barang yang dijualnya, padahal mutunya tidak sebaik yang dikatakan.<sup>25</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu kegiatan komunikasi untuk memperkenalkan suatu produk sebuah perusahaan agar dapat dikenal oleh konsumen dan menarik minat pembeli sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

#### b. Indikator Promosi

Menurut Kotler and Keller dalam Mu'arif dan Suryawardani<sup>26</sup> menyatakan bauran promosi adalah suatu alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produknya kepada konsumen agar konsumen tertarik dan memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan. Bauran promosi bisa dinyatakan sebagai sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen tentang produk. Adapun unsur-unsur bauran promosi ada lima, yaitu:

##### 1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan yaitu segala bentuk presentasi produk atau jasa untuk dipromosikan yang di bayar oleh sponsor yang teridentifikasi. Contoh dari program periklanan adalah iklan media cetak, iklan media elektronik, brosur, poster, pajangan, symbol, logo, dan lain – lain.

---

<sup>25</sup> Alma Buchari dan Doni Juni Pariansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009),230-231.

<sup>26</sup> Ardiman Mu'arif dan Bethani Suryawadani, 'Analisis Bauran Promosi Pada Cafe Roempi Bandung Pada Tahun 2017', *E-Proceeding of Applied Science*, Vol.3 (2017), 201.



2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan yaitu berbagai macam insentif jangka pendek yang dimaksudkan untuk mendorong percobaan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan dari sebuah perusahaan. Contoh dari promosi penjualan adalah kontes, undian, games, produk, sampel, pameran dagang, kupon, fasilitas tukar tambah, pendanaan bunga rendah, dan lain sebagainya.

3) Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Hubungan masyarakat yang dimaksud adalah berbagai program yang diselenggarakan untuk melindungi citra dari merk produk atau jasa di dalam masyarakat. Pada penyelenggaraan program ini bertujuan untuk menyakinkan masyarakat akan produk atau jasa yang ditawarkan supaya masyarakat bisa percaya. Program – program yang dilaksanakan seperti : pidato, seminar, laporan tahunan, donasi, publikasi, majalah perusahaan, dan lain sebagainya.

4) Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perseorangan yaitu proses penjualan dengan interaksi tatap muka antar konsumen dan pihak perusahaan yang menawarkan produk atau jasa, pihak perusahaan biasanya melakukan presentasi tentang produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen supaya konsumen tertarik kemudian menarik pertanyaan – pertanyaan dari konsumen dan pada tujuan akhir yaitu membuat konsumen membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Contohnya seperti : presentasi penjualan, pertemuan penjualan, program insentif, produk sampel, pameran dagang.

## 5) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung adalah teknik pemasaran melalui kontak langsung dengan konsumen guna membujuk konsumen supaya tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Pemasaran langsung ini juga dapat dilakukan dengan jarak jauh seperti menggunakan email marketing, penjualan pribadi, ataupun memberikan katalog secara langsung.

## 6. Minat

### a. Pengertian Minat

Minat merupakan kecenderungan perilaku untuk menentukan pilihan aktivitas. Menurut Belly, minat adalah keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya.<sup>27</sup>

Menurut Djaali minat adalah perasaan suka atau rasa keterikatan pada suatu hal yang timbul dari aktivitas yang dikerjakannya, tanpa ada yang menyuruh. Pada dasarnya minat merupakan proses penerimaan dari suatu objek, semakin besar tingkat penerimaan dan pemahaman maka semakin besar pula minatnya. Sehingga akan terbentuk yang namanya rasa kepercayaan bahwa objek tersebut memiliki beberapa manfaat.<sup>28</sup>

Menurut Schiffman dan Kanuk minat merupakan salah satu aspek psikologis yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap sikap perilaku. Penilaian konsumen terhadap produk tergantung pada pengetahuan akan informasi tentang fungsi sebenarnya dari produk tersebut, dengan demikian

---

<sup>27</sup> Ellya; Belly, *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi* (Padang: Simposium Nasional Akuntansi, 2006).

<sup>28</sup> Djaali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008).

konsumen yang berminat untuk melakukan pembelian suatu produk dipengaruhi oleh informasi yang diterima.<sup>29</sup>

Minat menurut Elizabeth B. Hurlock merupakan sumber motivasi yang mendorong untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa berminat, bila kepuasan berkurang minatpun berkurang.<sup>30</sup> Ada beberapa tahapan minat yaitu informasi yang jelas sebelum memilih, pertimbangan yang matang sebelum memilih dan keputusan memilih.<sup>31</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah perasaan suka atau rasa keterikatan pada suatu hal yang timbul dari aktivitas yang dikerjakannya, tanpa ada yang menyuruh.

#### b. Unsur-Unsur Minat

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Abdurrahman Abror dalam bukunya Psikologi Pendidikan bahwa minat itu mengandung tiga unsur, yaitu:

- 1) Unsur kognisi (menenal) dalam pengertian bahwa minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai objek yang dituju oleh minat tersebut.<sup>32</sup>
- 2) Unsur emosi (perasaan) karena dalam partipasi atau pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu (biasanya perasaan senang)

---

<sup>29</sup> Suharyat, 'Hubungan Antara Sikap Minat Dan Perilaku Manusia', Vol.2, No.1 Hlm 51.

<sup>30</sup> Elizabeth B. Hurlock, *Perkembangan Anak* (Jakarta: PT. Erlangga, 1978).

<sup>31</sup> A. Adiyanto, M. R., Purnomo, D. W. I., & Setyo, 'Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah', *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1) (2021), 1–12.

<sup>32</sup> Abdurrahman Abror, *Psikologi Pendidikan* (Yogyakarta: PT. Tiara Wacana, 1993).

- 3) Unsur konasi (kehendak) merupakan kelanjutan dari unsur diatas yaitu diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan.

Dengan unsur-unsur minat yang dikandung oleh minat tersebut maka minat dapat dianggap sebagai respon sadar, sebab kalau tidak demikian maka minat tidak akan berarti apa-apa.

c. Indikator minat

Minat dalam diri seseorang dapat timbul karena beberapa faktor, menurut Shaleh dan Wahab menjelaskan bahwa ada tiga faktor yang mendasari timbulnya minat seseorang yaitu:

- 1) Faktor dari dalam diri individu. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
- 2) Faktor motif sosial. Timbulnya minat dari seseorang dapat didorong dari motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan dimana mereka berada.
- 3) Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau obyek tertentu.

## 7. Asuransi Syariah

a. Pengertian Asuransi Syariah

Secara etimologi asuransi syariah atau takaful berarti menjamin atau saling menanggung, sedangkan dalam pengertian muamalah berarti saling memikul risiko diantara sesama orang sehingga antar satu dengan yang lain menjadi penanggung risiko yang lain. Hal itu dikenal dengan system *sharing of risk*. System yang menjamin dalam asuransi syariah didasarkan atas asas saling tolong menolong dalam kebaikan dengan cara mengeluarkan dana tabarru atau

dana hibah, sumbangan yang ditunjukkan untuk menanggung risiko.<sup>33</sup>

Asuransi syariah dalam Fatwa Dewan Asuransi Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Fatwa DSN No. 21/DSN-MUI/X/2001 tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah bagian pertama menyebutkan pengertian Asuransi Syariah (tamin, takaful atau tadhamun) adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong di antara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan atau tabarru yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad atau perikatan yang sesuai dengan syariah. Akad yang sesuai dengan syariah yang dimaksud adalah yang tidak mengandung riba, gharar (penipuan), maysir (perjudian), barang haram dan maksiat.<sup>34</sup>

Menurut UU Nomor 40 tahun 2014, asuransi syariah adalah kumpulan perjanjian, yang terdiri atas perjanjian antara perusahaan asuransi syariah dan pemegang polis dan perjanjian di antara para pemegang polis, dalam rangka pengelolaan kontribusi berdasarkan prinsip syariah guna saling menolong dan melindungi dengan cara memberikan penggantian kepada peserta atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita peserta atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti, atau memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya peserta atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya peserta

---

<sup>33</sup> Abdullah Amrin, *Asuransi Syariah Keberadaan Dan Kelebihannya Ditengah Asuransi Konvensional* (Jakarta: PT. Elex media komputiondo, 2006).

<sup>34</sup> *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional* (Jakarta: PT. Intermedia, 2003).

dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.<sup>35</sup>

Dengan demikian secara umum asuransi syariah dapat diartikan sebagai asuransi yang operasionalnya didasarkan pada syariat islam dengan mengacu pada Al-Quran dan As-sunnah. Sebagaimana prinsip dasar asuransi syariah yang bersifat saling melindungi dan tolong-menolong yang disebut dengan ta'awun, yaitu prinsip hidup saling melindungi dan saling menolong dengan unsur saling menanggung risiko diantara peserta asuransi, dimana setiap peserta menjadi penanggung peserta yang lainnya.<sup>36</sup>

#### b. Landasan Hukum Asuransi Syariah

Landasan asuransi syariah adalah sumber dari pengambalian hukum praktik syariah. Asuransi tidak disebutkan secara tegas dalam al-quran. Dalam al-quran terdapat beberapa ayat yang mempunyai nilai-nilai dasar yang ada dalam praktik asuransi seperti tolong-menolong, atau semangat untuk melakukan proteksi terhadap peristiwa kerugian yang diderita dimasa mendatang. Berikut perintah Allah SWT untuk mempersiapkan hari depan dalam ayat-ayat al-quran, yaitu:

##### 1) Al-Quran

##### a) QS. Al- Maidah 5:2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ  
وَالْعَدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: *“Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan*

<sup>35</sup> Pemerintahan Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian, Lembaran Negara Nomor 337 Tahun 2014, Pasal.1, h. 2.

<sup>36</sup> Dewi Gemala, *Aspek-Aspek Hukum Dalam Perbankan Dan Perasuransian Syariah Di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2007).

*tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.”*

b) QS. At-Tagabun 11

مَا أَصَابَ مِنْ مُصِيبَةٍ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ وَمَنْ يُؤْمِنْ بِاللَّهِ يَهْدِ  
 قَلْبَهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿١١﴾

Artinya: “Tidak ada suatu musibah pun yang menimpa (seseorang), kecuali dengan izin Allah. Siapa yang beriman kepada Allah, niscaya Dia akan memberi petunjuk kepada hatinya. Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.”

c. Manfaat Asuransi Syariah

Pada dasarnya asuransi syariah memberkan manfaat. Berikut ini beberapa manfaat dalam berasuransi syariah, antara lain:

- 1) Rasa aman dan perlindungan. Peserta asuransi berhak memperoleh klaim (hak peserta asuransi) yang wajib diberikan oleh perusahaan asuransi sesuai dengan kesepakatan dalam akad. Klaim tersebut akan menghindarkan peserta dari kerugian yang mungkin timbul.<sup>37</sup>
- 2) Pendistribusian biaya dan manfaat yang lebih adil. Semakin besar kemungkinan terjadinya suatu kerugian dan semakin besar kerugian yang mungkin ditimbulkannya makin besar pula premi pertanggungannya. Untuk menentukan besarnya premi perusahaan asuransi syariah dapat menggunakan rujukan, misalnya tabel mortalita untuk asuransi jiwa dan tabel morbidita untuk asuransi kesehatan, dengan syarat tidak memasukkan unsur riba dalam penghitungannya.
- 3) Berfungsi sebagai tabungan. Kepemilikan dana pada asuransi syariah merupakan hak peserta.

<sup>37</sup> Frianto Pandia, dkk, *Lembaga Keuangan* (Jakarta: Rienka Cipta, 2004).

Perusahaan hanya sebagai pemegang amanat untuk mengelolanya secara syariah. Jika pada masa kontrak peserta tidak dapat melanjutkan pembayaran premi dan ingin mengundurkan diri sebelum masa reversing period, maka dana yang dimasukkan dapat diambil kembali, kecuali sebagian dana kecil yang telah diniatkan untuk tabarru' (dihibahkan).

- 4) Alat penyebaran risiko. Dalam asuransi syariah risiko dibagi bersama para peserta sebagai bentuk saling tolongmenolong dan membantu diantara mereka.
- 5) Membantu meningkatkan kegiatan usaha karena perusahaan asuransi akan melakukan investasi sesuai dengan syariah atas suatu bidang usaha tertentu.

#### d. Produk Asuransi Syariah

Adapun produk-produk asuransi syariah dapat dikemukakan sebagai berikut<sup>38</sup>:

##### 1) Produk Asuransi Umum

###### a) Asuransi Kendaraan Bermotor

Dalam asuransi kendaraan bermotor, asuransi syariah memberikan perlindungan terhadap kerugian pada kendaraan bermotor yang disebabkan karena mengalami musibah kecelakaan serta tanggungjawab hukum kepada pihak ketiga.

###### b) Asuransi Kebakaran

Asuransi syariah memberikan perlindungan terhadap harta benda (bangunan, mesin, peralatan/perlengkapan, atau persediaan barang), serta gangguan usaha dari kerugian yang diakibatkan oleh kebakaran, kejatuhan

---

<sup>38</sup> Yadi Janwari, *Asuransi Syariah* (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2005).



- pesawat terbang, ledakan gas dan sambaran petir.
- c) Asuransi Resiko Pembangunan  
Asuransi syariah memberikan perlindungan terhadap kerugian atau kerusakan pada proyek pembangunan yang sedang berjalan sehubungan dengan pekerjaan-pekerjaan kontruksi, kontruksi pabrik termasuk atas peralatan atau mesin-mesin kontruksi.
  - d) Asuransi Mesin  
Asuransi syariah memberikan perlindungan terhadap kerugian atau kerusakan yang sifatnya tidak terduga dan tiba-tiba secara fisik pada mesin-mesin berikut peralatannya selama pengoperasian, seperti boiler, lift dan genset.
  - e) Asuransi Resiko Pemasangan  
Asuransi syariah memberikan perlindungan terhadap kerugian atau kerusakan pada kerjaan pemasangan mesin, peralatan mekanis, dan berbagai jenis kontruksi baja.
  - f) Asuransi Peralatan Elektronik  
Asuransi syariah memberikan perlindungan terhadap kerugian atau kerusakan pada barang elektronik.
  - g) Asuransi Pengangkutan  
Asuransi syariah memberikan perlindungan terhadap kerugian atau kerusakan yang sedang pengiriman akibat terjadinya resiko yang disebabkan alat pengangkatannya mengalami musibah atau kecelakaan.
  - h) Asuransi Rangka Kapal  
Asuransi syariah memberikan perlindungan terhadap kerugian pada rangka kapal dan mesin kapal, biaya tambang, resiko perang serta tanggungjawab hukum terhadap pihak ketiga dan berbagai resiko lainnya.

- i) **Asuransi Kecelakaan Diri**  
Asuransi syariah memberikan perlindungan terhadap kerugian finansial dan santunan akibat kecelakaan yang diderita oleh peserta, yang mengakibatkan meninggal dunia, menderita cacat badan atau penggantian biaya perawatan dan pengobatan.
- 2) **Produk Asuransi Syariah Keluarga**
  - a) **Asuransi Dana Investasi**  
Asuransi syariah memberikan kesempatan kepada peserta untuk bekal hidup di hati tua. Bila peserta masih hidup sampai masa kontrak berakhir, maka pembayaran klaim dari rekening tabungan peserta dan porsi bagi hasil. Tetapi jika peserta meninggal dunia saat masa kontrak belum berakhir maka pembayaran klaim berupa rekening tabungan peserta, porsi bagi hasil, dan dana kebajikan dari dana tabungan tabarru'.
  - b) **Asuransi Dana Siswa**  
Asuransi syariah memberikan kepada peserta asuransi untuk mempersiapkan dana pendidikan bagi anak.
  - c) **Asuransi Dana Haji**  
Asuransi syariah memberikan kepada peserta untuk mempersiapkan dana untuk menunaikan ibadah haji.
  - d) **Asuransi al-Khairat**  
Asuransi syariah memberikan perlindungan resiko finansial apabila peserta meninggal dunia dalam masa perjanjian.
  - e) **Asuransi Kesehatan**  
Asuransi syariah memberikan kesempatan kepada peserta yang bermaksud menyediakan dana santunan rawat inap dan operasi apabila peserta sakit.

- f) Asuransi Majelis Taklimumrah  
Asuransi syariah memberikan kesempatan kepada peserta untuk mempersiapkan dana selama mengikuti majelis taklim.
  - g) Asuransi Wisata dan Umrah  
Asuransi memberikan persiapan dana kepada peserta untuk wisata dan menunaikan ibadah umrah.
  - h) Asuransi Kecelakaan Diri  
Asuransi memberikan dana kepada peserta untuk santunan kepada dirinya apabila peserta cacat setelah musibah atau santunan bagi ahli warisnya bila peserta meninggal dunia dalam masa perjanjian.
  - i) Asuransi Perjalanan Haji  
Asuransi syariah memberikan persiapan dana kepada peserta selama di perjalanan dalam menunaikan ibadah haji.
- e. Perbedaan Asuransi Syariah dengan Konvensional
- Beberapa perbedaan asuransi syariah dengan asuransi konvensional adalah sebagai berikut:
- 1) Asuransi syariah memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas mengawasi produk yang dipasarkan dan pengelolaan investasi dananya. Dewan Pengawas Syariah ini tidak ditemukan dalam asuransi konvensional.<sup>39</sup>
  - 2) Akad pada asuransi syariah adalah akad tabarru (hibah) untuk hubungan sesama peserta dimana pada dasarnya akad dilakukan atas dasar tolong-menolong (taawun). Untuk hubungan antara peserta dengan perusahaan asuransi digunakan akad tijarah, mudharabah (bagi hasil), mudharabah musyarakah, wakalah bil ujah

---

<sup>39</sup> Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana Pranada Group, 2012).266

- (perwakilan), wadiah (titipan), syirkah (berserikat). Sedangkan asuransi konvensional akad berdasarkan lebih mirip jual-beli (tabadduli).
- 3) Investasi dana pada asuransi syariah berdasarkan mudharabah (bagi hasil), bersih dari gharar, maysir dan riba. Sedangkan pada asuransi konvensional memakai bunga (riba) sebagai landasan perhitungan investasinya.
  - 4) Kepemilikan dana pada asuransi syariah merupakan hak peserta. Perusahaan hanya sebagai pemegang amanah untuk mengelolanya secara syariah. Pada asuransi konvensional, dana yang terkumpul dari nasabah (premi) menjadi milik perusahaan. Sehingga perusahaan bebas menentukan alokasi investasinya.
  - 5) Dalam mekanismenya, asuransi syariah tidak mengenal dana hangus seperti yang terdapat pada asuransi konvensional. Jika pada masa kontrak peserta tidak dapat melanjutkan pembayaran premi dan ingin mengundurkan diri sebelum masa reversing period, maka dana yang dimasukkan dapat diambil kembali, kecuali sebagian dana kecil yang telah diniatkan untuk tabarru (dihibahkan).
  - 6) Pembayaran klaim pada asuransi syariah diambil dari dana tabarru (dana kebajikan) seluruh peserta yang sejak awal telah diikhlaskan bahwa ada penyisihan dana yang akan dipakai sebagai dana tolong-menolong diantara peserta bila terjadi musibah. Sedangkan pada asuransi konvensional pembayaran klaim diambil dari rekening dana perusahaan.

## 8. Civitas Akademika

### a. Pengertian Civitas Akademika

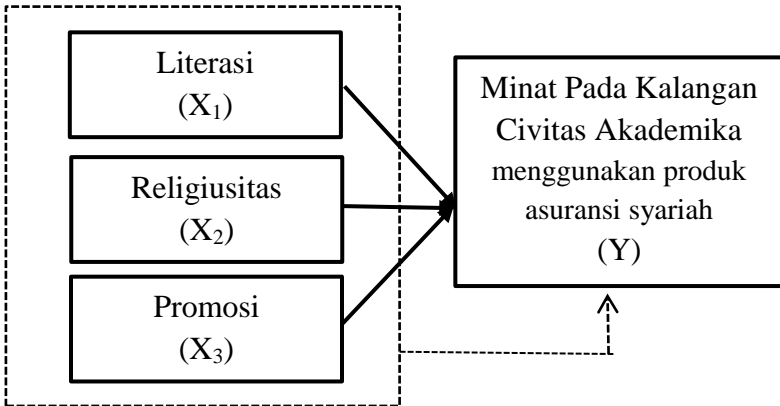
Civitas berasal dari bahasa latin yang berarti masyarakat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), masyarakat merupakan sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama. Akademika berasal dari bahasa latin yaitu *academia*. Menurut Oxford Dictionary (2013), *academia* berarti sekelompok pelajar yang terlibat pendidikan tinggi dan penelitian.<sup>40</sup> Civitas akademika adalah sekelompok orang yang terlibat dalam aktivitas pendidikan tinggi dan memiliki tradisi ilmiah dengan mengembangkan budaya akademik, seperti system nilai, gagasan, norma, tindakan dan karya yang bersumber dari ilmu pengetahuan dan teknologi sesuai dengan asas pendidikan tinggi. Jadi civitas akademika mengarah pada sekelompok manusia yang terlibat dalam aktivitas pendidikan tinggi yang mengarah pada dosen, karyawan, serta mahasiswa.

## B. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori mempengaruhi dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu mengenai hubungan antara variable X (literasi, religiusitas dan promosi) dengan variabel Y (minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah), maka dapat dikembangkan kerangka pemikiran teoritis, sebagai berikut:

---

<sup>40</sup> Rahmadi Putera Tjahjono; Christian Wahyu Prakoso, 'Kesadaran Civitas Akademika Terhadap Program Greeners "My Waste" Yang Diterapkan Di Kantin Universitas Kristen Petra Surabaya', *Jurnal Hospitality Dan ...*, 5 (2014), 1–15.



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**

Keterangan :

- : Hubungan Secara Parsial  
 - - - - - : Hubungan Secara Simultan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji permasalahan variabel independen X1 adalah literasi, X2 adalah religiusitas, X3 adalah promosi. Dari indikator tersebut dapat diketahui bahwa permasalahan yang dimaksud adalah permasalahan yang berkaitan dengan variabel (Y) yaitu minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah.

### C. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.<sup>41</sup>

<sup>41</sup> Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 19th edn (Bandung: Alfabeta, 2013).

1. Pengaruh Literasi terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah.

Menurut Alberta literasi bukan hanya sekedar kemampuan untuk membaca dan menulis namun menambah pengetahuan, keterampilan dan kemampuan yang dapat membuat seseorang memiliki kemampuan berpikir kritis, mampu memecahkan masalah dalam berbagai konteks, mampu berkomunikasi secara efektif dan mampu mengembangkan potensi dan berpartisipasi aktif dalam kehidupan bermasyarakat. Menurut Chen dan Velope literasi keuangan adalah sebagai kemampuan mengelola keuangan agar hidup bisa lebih sejahtera di masa yang akan datang bukan hanya sekedar pengetahuan untuk mengelola keuangan saja, namun juga dapat dilakukan dalam perilaku tiap individu untuk meningkatkan literasi keuangan

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini adalah penelitian dari Sry Daryani Simatupang<sup>42</sup> yang mana hasil penelitiannya bahwa literasi secara parsial bernilai positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk asuransi syariah pada mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara. Maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan :

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh literasi secara parsial terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah.

2. Pengaruh Religiusitas terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah.

Menurut Glock dan Stark menyatakan relegiusitas sebagai komitmen religius (yang berhubungan dengan agama atau keyakinan iman) yang dapat dilihat melalui aktivitas atau perilaku individu yang bersangkutan dengan agama atau keyakinan iman yang dianut. Didukung juga teori menurut Esso dan Dibb menjelaskan bahwa

---

<sup>42</sup> Sry Daryani Simatupang.

religiusitas adalah salah satu faktor pendorong penting dan dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Hal ini dapat didasari atas keputusan konsumen untuk membeli produk tergantung kadar keimanan mereka.

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini adalah penelitian dari Bella Oktaviani<sup>43</sup> hasil penelitian menyatakan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap faktor yang mempengaruhi pegawai universitas islam Indonesia menggunakan asuransi syariah. Maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan :

H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh religiusitas secara parsial terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah.

3. Pengaruh Promosi terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah.

Kotler dan Keller mendefinisikan promosi adalah berbagai kumpulan alat-alat insentif yang sebagian besar berjangka pendek, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang. Kegiatan promosi semata-mata bukan hanya sebagai alat komunikasi saja tetapi juga mengajak para konsumen melakukan pembelian produk tersebut sesuai dengan kebutuhannya.<sup>44</sup> Menurut Julian Cummins bahwa promosi adalah sebagai serangkaian teknik yang digunakan untuk mencapai sasaran penjualan atau pemasaran dengan menggunakan biaya yang efektif, dengan memberikan nilai tambah pada produk atau jasa baik kepada perantara atau pemakai langsung. Biasanya tidak dibatasi dalam jangka waktu tertentu.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Bella Oktaviani, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pegawai Universitas Islam Indonesia Menggunakan Asuransi Syariah' (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2017).

<sup>44</sup> Philip and Kevin Lane.

<sup>45</sup> Tjipto.



Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Raja Sakti Putra Harahap dan Sukmala Dewi<sup>46</sup> hasil penelitian menyatakan bahwa strategi promosi asuransi syariah secara signifikan berpengaruh terhadap nasabah asuransi jiwa axa pada bank syariah mandiri cabang Binjai. Maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh promosi secara parsial terhadap minat pada kalangan civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah.

---

<sup>46</sup> Raja Sakti Putra Harahap and Sukmala Devi, 'Pengaruh Strategi Promosi Asuransi Syariah Terhadap Nasabah Asuransi Jiwa Axa Pada Bank Syariah Mandiri', *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 6.1 (2021), 58

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, penulis dapat menarik sebuah kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah. hal ini dapat berdasarkan perhitungan uji-t yaitu nilai signifikansi sebesar  $0,020 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,363 > 1,986 t_{tabel}$ . yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi civitas akademika tinggi dan menyebabkan minat civitas akademika dalam kesadaran dalam menggunakan produk asuransi syariah mengalami peningkatan.
2. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah. hal ini dapat berdasarkan perhitungan uji-t yaitu nilai signifikansi sebesar  $0,034 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,154 > 1,986 t_{tabel}$ . yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas civitas akademika tinggi dan menyebabkan minat civitas akademika dalam kesadaran dalam menggunakan produk asuransi syariah mengalami peningkatan.
3. Promosi tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah. hal ini dapat berdasarkan perhitungan uji-t yaitu nilai signifikansi sebesar  $0,127 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,541 < 1,986 t_{tabel}$ . yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_3$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa promosi rendah dan menyebabkan minat civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah rendah.

4. Literasi, Religiusitas dan Promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah. Hal ini didapat berdasarkan perhitungan Uji F yaitu nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu  $15,648 > 2,71$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dan nilai sig. (0,000) lebih kecil dari taraf signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen minat. Hal ini menunjukkan kesesuaian dengan hipotesis penelitian, bahwa minat civitas akademika menggunakan produk asuransi syariah dipengaruhi oleh ketiga variabel yang diteliti, yaitu literasi, religiusitas, dan promosi.

## **B. Rekomendasi**

Adapun saran peneliti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak universitas, hendaknya bekerjasama dengan perusahaan asuransi syariah mengadakan upaya-upaya untuk meningkatkan minat civitas akademika terhadap asuransi syariah seperti seminar dan sosialisasi agar kedepannya lebih banyak civitas akademika yang sadar akan pentingnya asuransi syariah dan berminat untuk menggunakan produk asuransi syariah.
2. Bagi pihak perusahaan asuransi syariah, diharapkan dapat mempromosikan produk asuransi syariah lebih gencar agar lebih dikenal luas oleh berbagai kalangan civitas akademika dan mengadakan sosialisasi secara langsung dengan datang ke berbagai perguruan-perguruan tinggi khususnya perguruan tinggi islam dan memberikan pengetahuan secara jelas tentang asuransi syariah, baik dari segi operasional, akad dan produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi syariah.

3. Bagi peneliti selanjutnya, dari hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna banyak kekurangan dan keterbatasan peneliti, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas pembahasan variabel bebas selain dari variabel literasi, religiusitas, promosi dan minat yang mempengaruhi minat berasuransi syariah pada civitas akademika.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah Amrin, *Asuransi Syariah Keberadaan Dan Kelebihannya Ditengah Asuransi Konvensional* (Jakarta: PT. Elex media komputiondo, 2006)
- Abror, Abdurrahman, *Psikologi Pendidikan* (Yogyakarta: PT. Tiara Wacana, 1993)
- Ade Arthesa; Endia Handiman, *Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank* (Jakarta: Indeks, 2006)
- Adiyanto, M. R., Purnomo, D. W. I., & Setyo, A., 'Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah', *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1) (2021), 1–12
- Ahmad, Jumal, *Religiusitas, Refleksi, Dan Subjektivitas Keagamaan* (Yogyakarta: DeePublish, 2020)
- Alberta, *Literacy First: A Plan For Action* (Canada: Alberta Education, 2010)
- Alfeus Manuntung, *Terapi Perilaku Kognitif Pada Pasien Hipertensi* (Malang: Wineka Media, 2018)
- Alma Buchari., Doni Juni Pariansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009)
- Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana Pranada Group, 2012)
- Aprillia idha Rianti, 'Minat Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Menjadi Nasabah Asuransi Jiwa Syariah' (Skripsi, UIN Antasari, 2019)
- Al Arif; Nur Rianto, *Pemasaran Strategik Pada Asuransi Syariah* (Bekasi: Gramata Publising, 2015)
- Atik Masruroh, 'Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas', 2015
- Aula Nurul Ma'rifah, 'Tingkat Literasi Aksesibilitas Wisatawan Domestik Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Pariwisata*, 1 (2023), 20–26.
- Avyanna Salsabila, 'Peran Demografi Terhadap Literasi Asuransi Syariah', *Staf Departemen Riset Dan Pengembangan SEF UGM*, 2016
- Basu, Swastha, and T.Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran : Analisa Dan Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: BPFU UGM, 2005)
- Chen, Haiyang, and Ronald P. Volpe, *An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students* (Financial services review, 1998)

- Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran* (Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2011)
- Deng, Adire Simon, Lucy Rono, and Jane Sang, 'Credit Risk Management and the Performance of Financial Institutions in South Sudan', *Modern Economy*, 11 (2020)
- Dewi, Aulia Chintya, and Atika, 'Strategi Pemasaran Perusahaan Asuransi Takaful Keluarga Untuk Mendorong Generasi Milenial Menggunakan Produk Asuransi Syariah', *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, Vol.1, No. (2022)
- Djaali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008)
- Edrea Divarda Wicaksono, 'Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Pembayaran Kartu Kredit Pada Karyawan Di Surabaya', *Finesta*, 3 (2015)
- Elizabeth B. Hurlock, *Perkembangan Anak* (Jakarta: PT. Erlangga, 1978)
- Ellya; Belly, *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi* (Padang: Simposium Nasional Akuntansi, 2006)
- Frianto Pandia. dkk, *Lembaga Keuangan* (Jakarta: Rienka Cipta, 2004)
- Gemala, Dewi, *Aspek-Aspek Hukum Dalam Perbankan Dan Perasuransian Syariah Di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2007)
- Glock, and Stark, *Religion and Society Intension* (Rand Mc Nally Company, 1969)
- Handiman, Ade Arthesa;Endia, *Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* (Jakarta: PT: Gramedia Pustaka Utama, 2011)
- Harahap, Raja Sakti Putra, and Sukmala Devi, 'Pengaruh Strategi Promosi Asuransi Syariah Terhadap Nasabah Asuransi Jiwa Axa Pada Bank Syariah Mandiri', *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 6.1 (2021), 58 <<https://doi.org/10.30829/ajei.v6i1.9445>>
- Hasan, M. Iqbal, *Pokok-Pokok Materi Statistika 1 (Statistik Deskriptif)* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012)
- Heman, *Manajemen Asuransi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006)
- Herdjiono, Irine, and Lady Angela Damanik, 'Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior', *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 2016
- Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional* (Jakarta: PT. Intermedia, 2003)
- Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Agama : Sebuah Pengantar* (Bandung: Mizan Pustaka, 2015)

- Jan, dkk, Reitsma, 'Dimension of Individual Religiosity and Charity: Cross National Effect Differences in European Countries', *On Review of Religious Research*, 2006, 347–62
- Januari, Yadi, *Asuransi Syariah* (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2005)
- Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan* (Yogyakarta: Andi, 2007)
- Kamisa, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Kartika 1997)
- Kholilah, Naila Al, and Rr. Iramani, 'Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya', *Journal of Business and Banking*, 3 (2013), 69–80
- Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakaerta: Erlangga, 2005)
- Kusumaningtuti S. Soetiono; Cecep Setiawan, *Literasi Dan Inklusi Keuangan Indonesia* (Depok: PT.Raja Grafindo Persaa, 2018)
- Ma'rifah, Aula Nurul, 'Tingkat Literasi Aksesibilitas Wisatawan Domestik Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Pariwisata*, 1 (2023), 20–26
- Misbahuddin; Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, 2nd edn (Jakarta: Bumi Aksara, 2013)
- Mu'arif, Ardiman, and Bethani Suryawadani, 'Analisis Bauran Promosi Pada Cafe Roempi Bandung Pada Tahun 2017', *E-Proceeding of Applied Science*, Vol.3 (2017), 201
- Muhammad Kurniawan dan Eka Septiana, 'Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Pelaku Umkm Di Kecamatan terbanggi Besar Lampung Tengah)' *Al-Mashrof is Islamic Banking and Finance*, Vol.1, No.2 (2020).
- Nilan Widyanani, *Psikologi Populer: Kunci Pengembangan Diri* (Jakarta: PT Elex Media Konputindo, 2009)
- Noviansyah Tri Sadewo, 'Pengaruh Literasi Asuransi Syariah Terhadap Minat Nasabah', *Universitas Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2018
- Nurul Rahmania, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Berbasis Syariah Di Kota Makassar' (Skripsi, UIN Alauddin Makassar, 2020)
- Oktaviani, Bella, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pegawai Universitas Islam Indonesia Menggunakan Asuransi Syariah' (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2017)
- Optimisme Asuransi Syariah Capai Pertumbuhan Produktif*, 2020  
*Pemerintahan Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian, Lembaran Negara Nomor 337 Tahun 2014, Pasal.1, p. 2*

- Philip, Kotler dan Keller, and Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2007)
- ‘Pra Survey Dengan Salah Satu Civitas Akademika IAIN Metro. Pada Tanggal 20 Juni 2023’
- ‘Pra Survey Dengan Salah Satu Civitas Akademika UIN Raden Intan Lampung. Pada Tanggal 15 Juni 2023’
- ‘Pra Survey Dengan Salah Satu Mahasiswa Yang Magang Di Perusahaan Asuransi. Pada Tanggal 6 Desember 2022’
- Pramudya, Rama Muhamad, and Mira Rahmi, ‘Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah’, *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3.1 (2022), 70 <<https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4350>>
- Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2022)
- Prof.H.Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM Spss 25 Edisi 9* (Semarang: Undip, 2018)
- ‘Prospek Insurtech Di Indonesia’, *Otoritas Jasa Keuangan*, 2023
- Rahim, S. H, R. A Rashid, and A. B Hamed, ‘Islamic Financial Literacy and Its Determinants among University Students: An Exploratory Factor Analysis’, *International Journal of Economics and Financial Issues*, 2016, 32–35
- Rahmadi Putera Tjahjono; Christian Wahyu Prakoso, ‘Kesadaran Civitas Akademika Terhadap Program Greeners “My Waste” Yang Diterapkan Di Kantin Universitas Kristen Petra Surabaya’, *Jurnal Hospitality Dan ...*, 5 (2014), 1–15
- Reni Lestari, ‘Asuransi Syariah Belum Jadi Pilihan Karena 3 Faktor Ini’, 2018 <<https://finansial.bisnis.com/read/20180220/215/740286/asuransi-i-syariah-belum-jadi-pilihan-karena-3-faktor-ini>>
- Ridlwani, Ahmad Ajib, ‘Asuransi Perspektif Hukum Islam’, *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, Vol.04 (2004), 1
- Ridwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Riris Eka Damayanti, ‘Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menggunakan Asuransi Syariah Di Kelurahan Jurang Mangu Barat’ (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2019)
- Slameto, *Belajar & Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010)
- Soemitra, Andri, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana Pranada Group, 2009)



- Sry Daryani Simatupang, 'Pengaruh Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Asuransi Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Febi UIN Sumatera Utara)' (Skripsi, UIN Sumatera Utara, 2022)
- Sugiyono, Prof. Dr., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 19th edn (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Suharyat, 'Hubungan Antara Sikap Minat Dan Perilaku Manusia', Vol.2, No.1 Hlm 51
- Tjahjono, R P, and C W P Sucahoyo, 'Kesadaran Civitas Akademika Terhadap Program Greeners "My Waste" Yang Diterapkan Di Kantin Universitas Kristen Petra Surabaya', *Jurnal Hospitality Dan ...*, 5 (2014), 1–15  
<<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/1451>>
- Tjipto, Fandy, *Strategi Pemasaran*, 4th edn (Yogyakarta: CV ANDI OFSET, 2015)
- Wiarno, Rico Setyo Adi, 'Pengaruh Produk, Promosi, Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Syariah Di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung"' (Skripsi, IAIN Tulungagung, 2018)
- Zakiah Daradjat, *Ilmu Jiwa Agama* (Jakarta: Bulan Bintang, 2007)

# LAMPIRAN

## Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

Bapak/Ibu yang terhormat,  
Di UIN Raden Intan Lampung  
Perihal : **Kuesioner Penelitian**

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Dengan hormat, saya sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa saya: Niken Ekowati adalah mahasiswa Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung. Sebagaimana Bapak/Ibu ketahui bahwa salah satu tugas akhir mahasiswa adalah melakukan penelitian akademik guna menulis skripsi. Sehubungan dengan itu, saya memohon kepada Bapak/Ibu sekiranya bersedia membantu untuk menjadi responden dalam penelitian saya tentang **“Pengaruh Literasi, Religiusitas dan Promosi terhadap Minat pada Kalangan Civitas Akademika Menggunakan Produk Asuransi Syariah (Studi Pada Kalangan Civitas Akademika UIN Raden Intan Lampung dan IAIN Metro)”**

Sehubungan dengan hal tersebut, saya berharap kesediaan Bapak/Ibu agar meluangkan waktu untuk mengisi beberapa pertanyaan dan pernyataan dalam kuesioner penelitian ini. Adapun informasi atau data yang Bapak/Ibu berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan dipergunakan untuk kepentingan penelitian. Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu saya ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Hormat Saya,



Niken Ekowati

NPM 1951020394

## PROFIL RESPONDEN

Pada pernyataan dibawah ini, Bapak/Ibu dimohon untuk mengisi pernyataan-pernyataan tersebut dengan keadaan yang sebenarnya, dengan cara memberi tanda centang (√) pada pilihan jawaban yang tersedia.

1. NAMA : \_\_\_\_\_
  
2. Universitas  
 UIN Raden Intan Lampung       IAIN Metro
  
3. Jenis Kelamin  
 Pria                       Wanita
  
4. Usia  
 20 – 30 tahun       41 – 50 tahun  
 31 – 40 tahun       > 50 tahun
  
5. Pendidikan Terakhir  
 S1                       SMA/Sederajat  
 S2                       Diploma  
 S3
  
6. Status Pekerjaan  
 Dosen Tetap PNS       Tenaga  
Kependidikan  
 Dosen Non PNS
  
7. Pendapatan Perbulan  
 Rp.1.000.000- Rp.3.000.000  
 Rp.3.000.000- Rp.5.000.000  
 Rp.5.000.000- Rp.7.000.000  
 Rp.7.000.000- Rp.10.000.000  
 > Rp.10.000.000
  
8. Sebaran Unit Kerja  
 Fakultas Syariah  
 Fakultas Adab

- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
- Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama
- Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
- Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
- Lainnya, ..

9. Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang asuransi syariah?

- Iya                       Tidak

10. Dari manakah Bapak/Ibu mengetahui tentang asuransi syariah?

- Teman/Keluarga                       Brosur
- Televisi/Radio                       Media Online
- Agen Asuransi Syariah                       Lainnya..

11. Apakah Bapak/Ibu berminat untuk menggunakan asuransi syariah?

- Iya                       Tidak

12. Jika Iya, apakah Bapak/Ibu sudah menggunakan asuransi syariah?

- Sudah                       Belum

13. Jika sudah, berapa lama Bapak/Ibu menggunakan asuransi syariah?

- <1 tahun                       3 tahun                       >5 tahun
- 2 tahun                       4 tahun

14. Jika tidak, apa alasan yang membuat Bapak/Ibu tidak berminat untuk menggunakan asuransi syariah?

- Kurang percaya dengan agen asuransi syariah
- Premi asuransi syariah mahal
- Sulit mengajukan klaim
- Lainnya..

## DAFTAR PERTANYAAN

Silahkan pilih jawaban yang menurut Bapak/Ibu paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda centang (√) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan :

Kode	Kriteria Jawaban	Bobot Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

### 1. Literasi (X1)

No	Item Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
<i>Pengertian dasar dalam memahami asuransi</i>						
1	Saya memiliki pengetahuan yang cukup tentang prinsip-prinsip dasar asuransi syariah					
2	Saya mengetahui perbedaan asuransi syariah dan asuransi konvensional dengan baik					
3	Didalam operasionalnya, asuransi syariah sudah berlandaskan pada Al-Quran dan hadis					
<i>Mengevaluasi informasi asuransi seperti memahami ciri-ciri utama dari layanan dasar asuransi, sikap dalam menggunakan asuransi, memahami menyadari pentingnya membaca dan memeliharanya</i>						
4	Sebelum memutuskan menggunakan asuransi syariah saya terlebih dahulu					

	mencari informasi tentang produk asuransi syariah melalui media online					
5	Saya memiliki pemahaman yang cukup mengenai manfaat dan risiko yang terkait dengan produk asuransi syariah					
6	Saya mencari informasi terlebih dahulu tentang asuransi syariah dari sumber-sumber yang dapat dipercaya, seperti lembaga keuangan syariah, buku					
<b><i>Sadar akan risiko-risiko yang berhubungan dengan produk asuransi</i></b>						
7	Saya menyadari bahwa tidak semua risiko dapat sepenuhnya ditanggung oleh produk asuransi syariah dan ada batasan perlindungan yang diberikan					
8	Saya tahu bahwa asuransi syariah merupakan lembaga yang bisa mengurangi risiko kerugian dimasa depan					
9	Akad tabaru dalam asuransi syariah membantu meringankan apabila terkena musibah					
<b><i>Mengetahui manfaat dan keuntungan serta implikasi yang timbul setelah menggunakan asuransi</i></b>						
10	Saya mengetahui dan memahami di dalam produk asuransi syariah terdapat tiga unsur sekaligus yaitu ibadah, investasi dan proteksi					
11	Saya memiliki pemahaman yang baik tentang keuntungan dan					

	manfaat perlindungan yang diberikan oleh produk asuransi syariah					
12	Saya memahami bahwa dengan asuransi syariah, saya dapat merencanakan masa depan keuangan dengan lebih baik dan melindungi diri dari risiko finansial yang tidak terduga					

## 2. Religiusitas (X2)

No	Item Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b>Keyakinan</b>						
1	Saya yakin bahwa asuransi syariah terbebas dari riba yang dilarang agama					
2	Saya yakin bahwa asuransi syariah sudah berlandaskan pada Al-Quran dan hadis					
3	Saya yakin bahwa sistem asuransi syariah merupakan sistem yang sudah ada sejak zaman Rasulullah SAW					
<b>Peribadatan atau praktik</b>						
4	Saya memilih asuransi syariah untuk menabung					
5	Saya memilih asuransi syariah untuk ber infaq					
6	Saya memilih menggunakan asuransi syariah dalam hal-hal penting seperti berobat atau musibah lain nya					



<b><i>Pengalaman</i></b>					
7	Dengan menggunakan asuransi syariah saya menjadi rajin bersedekah				
8	Dengan menggunakan asuransi syariah saya rajin dalam tolong menolong terhadap sesama yang membutuhkan				
9	Dengan menggunakan asuransi syariah saya gemar menabung				
<b><i>Pengetahuan Agama</i></b>					
10	Saya memiliki pengetahuan dasar mengenai produk asuransi syariah				
11	Saya pernah menekuni pendidikan agama secara insentif baik formal maupun non formal dalam waktu yang lama sehingga saya paham mengenai asuransi syariah				
12	Saya selalu mendatangi majlis ta'lim atau pengajian secara rutin guna memperoleh pengetahuan tentang agama lebih dalam lagi				
<b><i>Pengamalan atau Kosekuensi</i></b>					
13	Saya melaksanakan perintahnya dan menjahui larangannya dengan menjahui riba(asuransi konvensional) dengan memilih sistem <i>sharing of risk</i> (asuransi syariah)				
14	Jika saya tetap memakai produk asuransi yang mengandung riba (konvensional) maka saya akan menanggung dosa				
15	Asuransi syariah adalah lembaga				

	keuangan syariah yang diperuntukkan untuk kemaslahatan umat dan kemakmuran umat itu sendiri, sehingga menggunakan asuransi syariah tidak akan merugi					
--	--	--	--	--	--	--

### 3. Promosi (X3)

No	Item Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b><i>Periklanan (Advertising)</i></b>						
1	Saya sering melihat atau mendengar promosi asuransi syariah di media sosial					
2	Saya mendapatkan informasi asuransi syariah melalui brosur					
3	Saya mendapatkan informasi asuransi syariah dari media cetak, seperti koran atau majalah					
<b><i>Promosi Penjualan (Sales Promotion)</i></b>						
4	Informasi promosi penjualan asuransi syariah sering saya dapatkan di beberapa tempat seperti di media sosial dan media cetak					
5	Dalam brosur promosi penjualan asuransi syariah menawarkan produk-produk yang menarik dan memberikan informasi yang terperinci tentang produk					
6	Dalam kehidupan sehari-hari saya sering mendapatkan informasi syariah dari mulut ke mulut					

<b><i>Hubungan Masyarakat (Public Relations)</i></b>					
7	Saya sering melihat atau mendengar tentang program atau kegiatan yang diselenggarakan oleh perusahaan asuransi syariah, seperti kegiatan seminar, donasi dan lain sebagainya.				
8	Kegiatan seminar yang dilakukan oleh perusahaan asuransi syariah membantu meningkatkan kepercayaan saya terhadap asuransi syariah				
9	Agen asuransi syariah dapat menjawab pertanyaan atau kekhawatiran saya tentang asuransi syariah dengan baik				
<b><i>Penjualan Perseorangan (Personal Selling)</i></b>					
10	Agen asuransi syariah memiliki pengetahuan yang baik tentang asuransi syariah				
11	Agen asuransi syariah menyebar brosur dan memberikan penjelasan yang lengkap dan mudah dipahami				
12	Saya setuju apabila promosi asuransi syariah dilakukan dengan langsung tatap muka				
<b><i>Pemasaran Langsung (Direct marketing)</i></b>					
13	Saya setuju mendapatkan penawaran produk asuransi syariah melalui pesan teks dari pihak asuransi syariah				
14	Agen asuransi syariah memberikan katalog secara langsung kepada saya				
15	Saya setuju mendapatkan				

	penawaran langsung melalui telepon dari pihak asuransi syariah					
--	--	--	--	--	--	--

#### 4. Minat Menggunakan Produk Asuransi Syariah (Y)

No	Item Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b><i>Kebutuhan dari dalam individu</i></b>						
1	Saya merasa tertarik menggunakan asuransi syariah karena keinginan diri sendiri					
2	Saya merasa tertarik mengikuti asuransi syariah untuk membantu melindungi dan menghadapi resiko yang tidak diinginkan dimasa yang akan datang					
3	Saya merasa tertarik mengikuti asuransi syariah karena saya mengetahui manfaat produk yang ada didalamnya					
<b><i>Sosial</i></b>						
4	Saya tertarik asuransi syariah karena membutuhkan jaminan untuk saya beserta keluarga					
5	Saya mencari tau informasi kepada teman/keluarga yang terlebih dahulu memilih produk asuransi syariah					
6	Saya merasa tertarik menggunakan produk asuransi syariah karena produk asuransi lebih menjamin proteksi dimasa yang akan datang dibandingkan asuransi konvensional					
<b><i>Emosional</i></b>						

7	Saya merasa tertarik asuransi syariah karena biaya kesehatan, pendidikan dan lain-lain akan semakin mahal					
8	Sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan produk asuransi syariah, terlebih dahulu saya memikirkannya dengan baik					
9	Memiliki kemampuan finansial yang cukup membuat saya berminat mengikuti asuransi syariah					

## Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian

NO RESPO NDEN	LITERASI (X1)												TOTA L X1
	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X 10	X 11	X 12	
1	3	3	3	4	3	4	3	3	5	3	3	3	40
2	2	1	3	2	2	4	4	4	2	2	2	2	30
3	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	2	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	2	2	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	35
6	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	44
7	4	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	48
8	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	42
9	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	43
10	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	43
11	4	3	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4	45
12	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	3	55
13	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	40
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	38
15	2	2	3	2	2	2	4	3	3	3	2	3	31
16	3	3	3	5	3	3	3	3	5	4	3	3	41
17	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	41
18	3	4	4	5	5	5	4	3	3	3	3	3	45
19	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	43
20	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	41
21	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	39
22	4	5	5	5	4	4	4	2	4	5	4	4	50
23	3	3	3	2	4	2	4	2	3	3	3	3	35
24	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	40
25	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	46
26	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
29	4	4	5	5	3	3	4	3	4	4	4	4	47
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
31	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	28

32	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	47
33	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	46
34	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	30
35	2	4	4	3	4	4	4	3	3	4	2	2	39
36	4	4	5	3	3	4	3	4	3	3	3	3	42
37	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	3	54
38	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	46
39	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	49
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	46
41	2	1	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	29
42	2	2	1	4	2	4	3	4	2	3	1	1	29
43	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	47
44	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	43
45	2	1	2	3	2	4	3	4	3	4	3	3	34
46	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	2	37
47	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	37
48	2	2	4	4	3	5	3	4	2	3	3	4	39
49	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	2	52
50	3	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	3	50
51	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	3	52
52	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	37
53	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	4	5	47
54	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	44
55	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	49
56	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	42
57	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	43
58	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	46
59	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	30
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	46
61	4	4	3	4	4	4	5	3	5	2	4	4	46
62	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	39
63	4	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	3	53
64	4	5	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	49
65	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
66	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	5	5	47

67	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	44
68	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	44
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
70	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	42
71	4	4	4	5	3	4	5	4	5	3	3	4	48
72	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	45
73	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	45
74	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	3	44
75	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	46
76	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	45
77	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	46
78	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	44
79	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	41
80	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	44
81	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	44
82	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	3	4	45
83	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	45
84	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	48
85	3	3	4	5	3	3	4	3	4	4	3	4	43
86	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	43
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
88	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	44
89	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	41
90	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	43
91	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	41
92	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	44
93	4	3	3	4	3	4	5	4	3	3	3	4	43

NO	RELIGIUSITAS (X2)															TO TA L X2
	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X 10	X 11	X 12	X 13	X 14	X 15	
1	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	3	4	3	3	49
2	2	3	3	2	5	3	1	3	1	2	2	2	3	2	2	36



3	3	4	2	2	2	4	2	2	2	4	4	4	4	5	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
6	3	4	4	1	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	49
7	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	53
8	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	54
9	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	57
10	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	2	3	5	3	3	52
11	4	3	3	2	2	2	2	4	4	4	2	4	4	3	3	46
12	4	3	4	2	3	3	3	1	5	4	4	3	3	3	3	48
13	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	56
14	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	4	4	3	41
15	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	3	43
16	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	51
17	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	46
18	3	3	3	1	1	1	1	2	2	2	2	3	5	2	2	33
19	4	4	4	2	3	3	3	3	5	3	3	5	5	4	4	55
20	3	3	2	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	48
21	3	3	3	2	4	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	46
22	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	4	4	4	4	51
23	3	4	4	2	5	1	1	2	3	4	4	4	5	3	3	48
24	3	3	3	1	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	39
25	4	4	4	2	3	3	3	3	5	4	4	5	4	4	4	56
26	4	4	4	5	4	3	3	5	2	3	2	3	4	3	3	52
27	4	4	4	2	2	2	3	3	5	4	3	3	4	4	4	51
28	4	5	4	2	5	2	2	5	2	3	3	3	5	4	5	54
29	4	4	4	3	4	4	2	2	3	3	4	4	5	4	3	53
30	4	4	4	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	5	5	49
31	2	2	3	1	1	2	2	2	1	3	3	3	3	2	3	33
32	5	5	3	5	4	3	5	5	3	5	5	4	4	4	4	64
33	4	4	4	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	54
34	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	5	3	27
35	5	5	3	2	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	52
36	3	5	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
37	4	3	4	1	3	3	3	5	1	5	4	5	5	3	4	53

38	4	4	4	2	4	3	3	5	2	3	3	4	5	4	4	54
39	4	4	4	2	3	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	51
40	4	4	4	5	4	2	3	3	2	4	3	3	5	4	3	53
41	3	3	3	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	3	2	29
42	1	3	3	1	5	1	1	1	1	1	3	2	2	3	3	31
43	5	4	4	2	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	52
44	3	4	3	2	3	4	3	3	5	3	3	3	4	4	4	51
45	2	3	3	2	5	2	2	2	2	2	3	5	5	3	4	45
46	2	3	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	27
47	2	2	3	1	1	1	1	1	3	3	4	3	3	2	2	32
48	3	3	3	1	2	2	1	2	2	3	2	2	4	4	5	39
49	5	5	3	2	5	3	4	5	3	3	4	4	4	4	3	57
50	5	5	4	2	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	54
51	5	5	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	51
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	46
53	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	52
54	4	3	3	2	5	3	2	5	3	3	4	4	4	4	5	54
55	3	4	4	2	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	53
56	4	2	3	2	5	3	3	3	4	3	3	2	5	4	4	50
57	2	4	3	2	2	2	3	3	2	3	4	2	4	4	3	43
58	4	4	3	2	3	3	3	5	5	3	3	3	4	4	3	52
59	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	2	3	27
60	4	4	4	3	2	3	2	2	3	3	4	3	4	4	3	48
61	3	3	3	1	4	3	2	4	2	4	1	2	4	5	4	45
62	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	50
63	5	5	4	4	4	2	5	5	3	5	5	5	5	5	5	67
64	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	65
65	5	5	5	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	60
66	5	5	5	2	5	2	3	3	5	3	3	3	5	4	5	58
67	4	4	4	2	4	3	4	3	3	4	3	5	4	4	4	55
68	4	4	4	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	4	4	46
69	4	4	4	2	4	4	3	3	2	4	3	3	4	4	4	52
70	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	51
71	4	3	4	2	4	2	2	3	3	3	3	4	4	4	5	50
72	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	53

73	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	5	4	55
74	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	52
75	4	4	4	2	3	2	3	3	3	4	4	3	4	4	4	51
76	4	4	3	3	4	3	2	5	2	4	3	2	2	4	4	49
77	4	4	4	2	4	3	2	5	2	4	3	4	4	4	3	52
78	3	4	3	2	5	4	4	4	3	3	2	2	5	4	4	52
79	3	3	4	2	2	2	2	3	2	3	2	4	2	4	5	43
80	5	5	3	2	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	54
81	4	4	3	2	3	4	2	4	4	3	3	4	4	5	4	53
82	2	4	4	2	5	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	52
83	4	4	3	3	4	2	2	3	2	3	4	3	5	4	4	50
84	3	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	54
85	2	4	3	3	3	3	4	5	2	3	3	3	4	4	3	49
86	3	4	3	2	4	3	2	4	3	3	3	2	5	5	4	50
87	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	2	5	3	4	4	51
88	3	4	3	2	2	3	4	2	3	4	4	3	4	4	3	48
89	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	50
90	3	3	4	1	5	3	2	3	2	3	4	3	3	4	3	46
91	3	3	3	2	2	2	3	4	2	4	4	3	4	5	3	47
92	3	4	3	2	3	2	4	4	2	3	3	4	5	4	3	49
93	4	4	3	1	4	2	3	5	2	3	5	3	4	4	4	51

NO	PROMOSI (X3)															TO TA L X3
	RES PON DEN	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X 10	X 11	X 12	X 13	X 14	
1	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	52
2	4	2	2	4	2	3	3	3	4	4	4	4	2	4	2	47
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	54
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
6	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	5	4	2	4	2	42
7	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	53
8	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	2	51
9	4	2	3	2	3	3	2	3	3	4	4	2	4	4	4	47

10	3	3	4	3	3	3	2	3	5	3	4	2	3	4	4	49
11	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	49
12	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	4	2	4	4	43
13	3	3	5	3	5	4	3	3	3	3	3	4	5	4	4	55
14	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	5	3	4	4	4	51
15	3	2	4	4	3	4	4	4	5	5	5	2	4	4	2	55
16	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	2	47
17	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	5	4	4	4	3	55
18	2	2	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	52
19	2	2	3	3	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	52
20	4	3	4	3	3	5	3	4	3	3	3	2	2	2	3	47
21	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	47
22	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	2	57
23	3	2	2	2	4	2	3	3	5	2	3	2	4	3	3	43
24	3	2	5	2	2	5	5	3	5	3	3	3	3	3	3	50
25	3	3	3	3	5	3	3	4	3	4	5	3	4	4	4	54
26	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	49
27	2	2	2	2	5	2	4	3	5	3	3	4	2	4	2	45
28	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	5	2	2	4	2	49
29	4	4	2	3	3	3	3	3	5	5	5	4	2	2	2	50
30	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	4	2	2	4	2	39
31	2	2	5	3	5	2	2	2	2	3	5	3	3	3	3	45
32	3	5	4	3	5	3	3	4	4	3	2	4	4	4	4	55
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
34	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	42
35	3	5	2	2	3	2	2	3	3	3	3	4	2	4	2	43
36	4	4	3	3	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	53
37	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	4	1	5	1	41
38	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	4	2	4	2	44
39	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	2	49
40	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	2	44
41	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	36
42	1	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	35
43	2	2	2	2	4	2	2	3	2	2	5	4	2	4	2	40
44	3	3	3	3	3	2	2	4	5	3	3	4	4	2	2	46

45	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	36
46	3	3	2	4	3	2	5	3	4	4	4	4	3	2	4	50
47	2	2	2	3	5	3	3	4	3	2	4	4	3	4	4	48
48	3	3	3	2	5	2	2	3	2	3	5	4	4	5	4	50
49	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	43
50	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	4	2	4	4	48
51	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	5	2	4	2	46
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	44
53	4	4	2	3	4	2	2	4	3	3	4	4	2	4	4	49
54	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	2	4	51
55	3	2	2	3	3	5	2	4	4	2	2	4	4	2	2	44
56	3	2	2	3	4	2	5	2	2	2	2	4	4	2	4	43
57	2	4	2	2	3	2	2	3	3	3	3	4	2	4	2	41
58	4	2	2	3	3	2	2	3	4	5	4	4	4	4	2	48
59	1	1	1	5	3	1	2	2	2	2	2	4	4	4	4	38
60	4	2	2	3	3	2	2	2	5	2	3	2	3	2	3	40
61	3	2	3	3	3	2	3	4	2	2	2	4	4	4	2	43
62	3	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	3	57
63	5	5	5	5	3	3	2	5	3	5	5	4	4	2	5	61
64	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
65	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	49
66	2	2	2	3	4	2	2	3	4	4	4	2	2	4	2	42
67	3	4	3	3	3	2	2	2	3	2	5	4	4	4	2	46
68	2	4	2	3	2	3	4	4	3	3	4	2	4	2	4	46
69	2	4	2	2	3	2	4	3	4	2	2	4	4	2	4	44
70	3	4	2	2	3	4	2	2	2	2	3	2	2	4	2	39
71	4	4	2	3	2	4	2	4	4	3	3	4	4	2	4	49
72	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	5	56
73	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	43
74	2	3	2	3	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	47
75	3	3	3	3	3	2	2	3	4	2	2	2	4	2	4	42
76	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	4	2	37
77	3	4	4	2	4	4	3	2	2	2	3	4	2	2	2	43
78	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
79	2	4	2	3	3	2	2	2	4	3	2	4	2	2	2	39

80	4	4	2	2	4	2	4	4	3	3	3	2	4	4	2	47
81	4	2	2	2	4	4	2	3	4	2	5	4	5	2	4	49
82	3	4	1	2	4	5	3	3	2	2	4	2	2	2	2	41
83	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3	2	4	4	4	4	46
84	4	2	2	4	3	4	2	3	3	2	4	4	4	4	4	49
85	4	3	2	2	3	2	3	3	3	4	3	5	2	4	2	45
86	5	2	2	2	5	4	2	2	3	2	4	4	4	2	4	47
87	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	2	2	4	2	46
88	2	2	1	2	3	2	4	4	3	3	3	4	2	2	4	41
89	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4	2	43
90	4	3	2	3	4	3	4	3	3	5	4	4	2	4	2	50
91	4	2	2	3	5	2	4	3	3	3	2	2	2	3	2	42
92	4	4	2	3	2	2	3	3	4	2	5	4	4	4	4	50
93	3	4	2	3	4	4	2	4	4	3	4	4	4	5	4	54

NO RESPOND EN	MINAT (Y)									TOTAL Y
	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	
1	4	3	3	3	3	3	3	4	2	28
2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	20
3	2	2	2	3	4	4	4	5	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	29
6	2	2	3	3	3	3	2	4	2	24
7	4	4	3	4	4	4	4	5	4	36
8	4	4	4	3	3	4	3	3	3	31
9	3	5	3	3	3	3	4	3	3	30
10	4	3	3	3	4	3	4	4	4	32
11	3	4	3	3	3	3	4	3	3	29
12	3	3	3	3	3	3	4	4	4	30
13	4	3	3	3	3	3	3	3	4	29
14	4	3	3	4	3	3	3	3	3	29
15	3	3	3	3	3	5	3	3	4	30
16	2	3	2	2	4	3	3	4	4	27
17	3	5	3	3	4	3	3	3	3	30
18	3	5	3	3	4	4	4	4	4	34

19	4	3	3	4	3	5	3	3	3	31
20	3	3	4	3	3	3	4	4	4	31
21	4	4	3	3	5	5	4	5	5	38
22	4	4	5	4	4	4	3	3	4	35
23	3	3	3	3	2	5	3	4	3	29
24	3	3	2	3	3	3	3	3	4	27
25	4	4	4	4	4	4	3	3	3	33
26	4	3	3	3	4	4	3	4	4	32
27	3	3	3	3	5	3	4	5	5	34
28	3	3	3	4	4	3	3	4	3	30
29	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
30	4	3	4	3	3	5	4	5	4	35
31	3	5	2	3	2	3	3	3	3	27
32	4	4	4	3	3	4	5	4	4	35
33	4	3	4	3	4	3	3	3	4	31
34	2	2	3	2	3	2	3	3	3	23
35	2	2	2	2	2	2	2	3	2	19
36	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
37	3	3	3	3	5	3	4	5	3	32
38	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
39	3	3	3	3	5	3	3	4	4	31
40	4	3	3	4	4	4	3	4	3	32
41	2	3	2	3	2	3	1	1	1	18
42	2	3	3	3	2	2	2	2	2	21
43	3	3	4	3	4	5	4	5	4	35
44	3	3	3	4	3	4	4	4	3	31
45	3	3	4	4	4	3	4	4	4	33
46	2	2	4	4	4	4	4	4	4	32
47	4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
48	4	3	4	4	4	4	4	4	3	34
49	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
53	3	4	4	3	5	4	4	4	4	35

54	3	4	4	3	4	3	3	4	4	32
55	5	5	3	3	4	3	4	4	3	34
56	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
57	3	4	4	4	5	3	4	5	5	37
58	4	3	3	3	4	4	4	4	4	33
59	2	2	2	2	5	2	2	5	4	26
60	2	3	3	4	4	4	3	4	3	30
61	1	4	4	4	4	2	4	3	3	29
62	3	3	4	4	4	3	3	5	5	34
63	5	4	5	5	5	5	4	4	3	40
64	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
65	4	4	4	4	3	3	3	3	4	32
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
67	4	4	4	4	4	4	5	4	3	36
68	4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
69	3	4	3	3	4	4	5	4	3	33
70	4	4	3	4	5	3	5	4	5	37
71	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
72	4	3	4	4	4	4	5	4	4	36
73	3	3	4	4	3	4	4	4	4	33
74	4	4	4	5	4	4	5	3	3	36
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
76	4	4	3	3	3	3	4	4	4	32
77	3	3	4	4	5	3	4	5	3	34
78	4	5	4	4	4	3	4	4	4	36
79	2	2	2	3	4	2	2	5	2	24
80	4	4	5	3	4	3	4	4	4	35
81	4	4	4	4	4	3	5	3	5	36
82	4	4	5	3	3	4	3	4	3	33
83	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34
84	4	4	4	4	5	4	5	4	4	38
85	4	3	3	3	3	3	4	4	4	31
86	3	3	3	3	3	5	3	3	3	29
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
88	3	3	3	3	3	4	4	4	3	30



89	3	3	3	3	3	4	4	4	4	31
90	2	2	3	2	3	2	2	4	2	22
91	4	3	3	4	4	4	3	5	4	34
92	4	3	3	3	3	4	4	4	3	31
93	3	5	4	4	3	4	4	3	3	33









X1.1 2	Pearson Correlation	.507*	.327*	.381*	.274*	.258*	.160	-.035	-.093	.201	.155	.436*	1	.478**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.012	.173	.376	.366	.054	.137	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
TOT AL_ X1	Pearson Correlation	.724*	.835*	.798*	.666*	.755*	.561*	.469*	.344*	.604*	.622*	.718*	.467	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).













X2.15	Pea	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	1	.555**	
	rso	385	290	341	132	320	280	319	199	224	230	311	335	55			
	Cor																
	rela	**	**	**		**		**	**		2*	0*	8*	1*	8*		
TO TAL_X2	Pea	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	1	
	rso	720	670	611	544	551	633	641	518	657	599	548	486	555			
	Cor																
	rela	**	**	**	**	**	**	**	**	2*	4*	5*	4*	6*	5*		
	Sig.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.000	
	(2-	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000			
	tail																
	ed)	050	010	091	091	055	062	005	011	020	012	022	000	000			
N		933	933	933	933	933	933	933	933	933	933	933	933	933	93		

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).













X3.15	Pea	.06	.03	.13	.21**	.07	.00	.02	.13	.00	.06	.15	.29*	-.04	1	.451**		
	rso	.35	.48	.17	.00	.05	.08	.20	.35	.55	.00	.00	.20	.06			.000	
	Cor	.88	.73	.36	.11	.22	.22	.08	.22	.58	.24	.40	.08					93
	rela	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93				
tion																		
Sig.																		
(2-																		
tail																		
ed)																		
N																		
TO	Pea	.53	.43	.52	.54	.28	.48	.63	.38	.58	.43	.30	.48	.23	.24	1		
TAL	rso	.31	.33	.22	.44	.88	.83	.44	.88	.93	.30	.03	.33	.35				
_X3	Cor	.11**	.08**	.09**	.25**	.56**	.64**	.13**	.30*	.08*	.28*	.29*	.11*					
	rela	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93				
	tion																	
Sig.																		
(2-																		
tail																		
ed)																		
N																		

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).





	Sig. (2-tailed)	.002	.033	.002	.025	.000	.023	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.675**	.557**	.691**	.665**	.659**	.569**	.803**	.458**	.676**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Lampiran 4 Hasil Uji Reabilitas

### Uji Reabilitas Variabel Literasi (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	12

### Uji Reabilitas Variabel Religiusitas (X2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	15

### Uji Reabilitas Variabel Promosi (X3)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.705	15

### Uji Reabilitas Variabel Minat (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	9

## Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.52685496
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.037
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

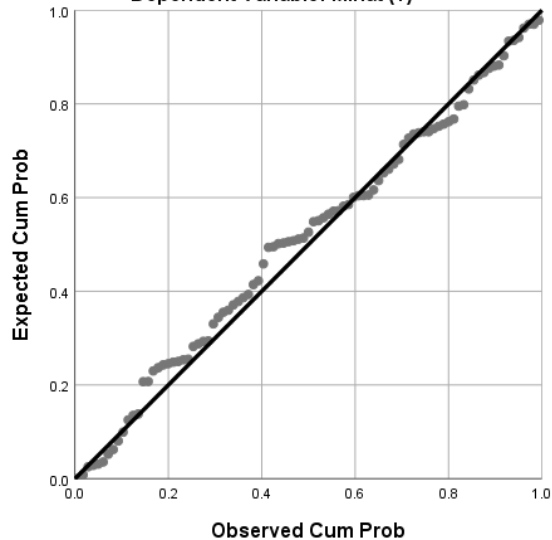
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Minat (Y)



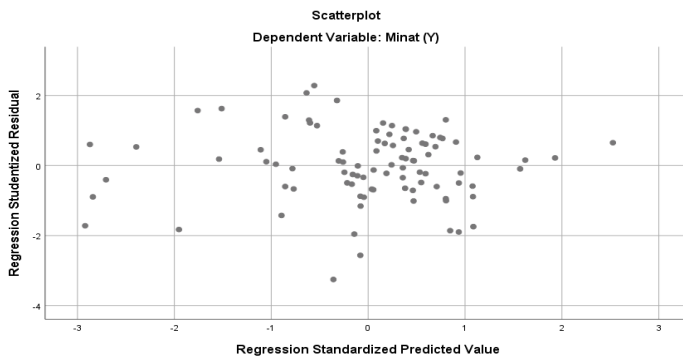
## Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinieritas

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.983	3.779		2.377	.020		
Literasi (X1)	.225	.095	.292	2.363	.020	.482	2.073
Religiusitas (X2)	.155	.072	.277	2.154	.034	.445	2.246
Promosi (X3)	.106	.069	.142	1.541	.127	.872	1.147

a. Dependent Variable: Minat (Y)

## Lampiran 7 Hasil Uji Heteroskedasitas





### Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Liner Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.983	3.779		2.377	.020		
Literasi (X1)	.225	.095	.292	2.363	.020	.482	2.073
Religiusitas (X2)	.155	.072	.277	2.154	.034	.445	2.246
Promosi (X3)	.106	.069	.142	1.541	.127	.872	1.147

a. Dependent Variable: Minat (Y)

### Lampiran 9 Hasil Uji T

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.983	3.779		2.377	.020		
Literasi (X1)	.225	.095	.292	2.363	.020	.482	2.073
Religiusitas (X2)	.155	.072	.277	2.154	.034	.445	2.246
Promosi (X3)	.106	.069	.142	1.541	.127	.872	1.147

a. Dependent Variable: Minat (Y)

### Lampiran 10 Hasil Uji F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	603.596	3	201.199	15.648	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1144.361	89	12.858		
	Total	1747.957	92			

a. Dependent Variable: Minat (Y)

b. Predictors: (Constant), Promosi (X3), Literasi (X1), Religiusitas (X2)

### Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.588 <sup>a</sup>	.345	.323	3.586	1.680

a. Predictors: (Constant), Promosi (X3), Literasi (X1), Religiusitas (X2)

b. Dependent Variable: Minat (Y)

## Lampiran 12 Surat Permohonan Izin Riset



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol. Hi. Endro Suratmin Sukarame 1 Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung

0

Nomor : 5061 /Un.16/DE/PP.00.9/06/2023 Bandar Lampung, 21 Juni 2023  
Sifat : Biasa  
Lampiran : 1 Eks  
Perihal : Permohonan Izin Riset

Kepada Yth,  
Rektor Institut Agama Islam Negeri Metro  
Di –  
Metro

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini disampaikan permohonan izin untuk mengadakan riset guna penulisan skripsi mahasiswa kami sebagai berikut:

Nama / NPM : Niken Ekowati / 1951020394  
Jurusan / Semester : Perbankan Syariah / VIII (delapan)  
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi, Religiusitas dan Promosi terhadap Minat Pada Kalangan Civitas Akademika Menggunakan Produk Asuransi Syariah (Studi Pada Kalangan Civitas Akademika UIN Raden Intan Lampung dan IAIN Metro)  
Lokasi Penelitian : Institut Agama Islam Negeri Metro  
Penanggungjawab : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Penelitian ini semata-mata untuk kepentingan ilmiah sebagai data dalam penulisan skripsi yang bersangkutan, sebagai bahan pertimbangan Bapak/Ibu bersama ini dilampirkan 1 (satu) Eks. Proposal penelitian dimaksud.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan  
Dekan I,



M. M. M. S.E., M.SI  
No. 19750424 200212 1 001



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol. Hi. Endro Suratmin Sukarame I Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung

0  
Nomor : 447/Un.16/DE/PP.00.9/02/2023 Bandar Lampung, 08 Februari 2023  
Sifat : Biasa  
Lampiran : 1 Eks  
Perihal : Permohonan Izin Pra Riset

Kepada Yth,  
Rektor Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung  
Di –  
Bandar Lampung

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini disampaikan permohonan izin untuk mengadakan pra riset guna penulisan skripsi mahasiswa kami sebagai berikut:

Nama / NPM : Niken Ekowati / 1951020394  
Jurusan / Semester : Perbankan Syariah / VIII (delapan)  
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi, Religiusitas dan Promosi terhadap Minat Pada Kalangan Civitas Akademika Menggunakan Produk Asuransi Syariah (Studi Pada Kalangan Civitas Akademika UIN Raden Intan Lampung dan IAIN Metro)  
Lokasi Penelitian : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung  
Penanggungjawab : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Penelitian ini semata-mata untuk kepentingan ilmiah sebagai data dalam penulisan skripsi yang bersangkutan, sebagai bahan pertimbangan Bapak/Ibu bersama ini dilampirkan 1 (satu) Eks. Proposal penelitian dimaksud.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan  
Wakil Dekan I,  
  
M. Masir, S.E., M.SI  
NIP. 19750424 200212 1 001

## Lampiran 13 Surat Balasan Izin Riset



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : 0337/In.28/R.1/TL.00/02/2023  
Lampiran : -  
Perihal : Balasan Izin Pra Riset

03 Februari 2023

Kepada Yth.  
Niken Ekowati  
di  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Menindaklanjuti surat Saudara tanggal 2 Februari 2023 perihal izin pra riset, maka dengan ini kami memberikan izin pra riset kepada:

Nama : **Niken Ekowati**  
NPM : 1951020394  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul proposal : Pengaruh Literasi, Religiusitas dan Promosi terhadap Minat Pada Kalangan Civitas Akademika Menggunakan Produk Asuransi Syariah (Studi Pada Kalangan Civitas Akademika UIN Raden Intan Lampung dan IAIN Metro)

Demikian surat ini kami sampaikan, agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

An. Rektor  
Wakil Rektor Bidang Akademik dan  
Kelembagaan



Sunairi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

Jalan Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame I Bandar Lampung 35131

Telp. (0721) 780887 : [email.humas@radenintan.ac.id](mailto:email.humas@radenintan.ac.id)

Website: [www.radenintan.ac.id](http://www.radenintan.ac.id)

Nomor : B- 877- /Un.16/R.I/TL.01/02/2023  
Lampiran : -  
Sifat : Biasa  
Hal : **Izin Pra-Penelitian**

27 Februari 2023

**Kepada Yth.  
Niken Ekowati**  
di-

Bandar Lampung

***Assalamualaikum Wr.Wb***

Memperhatikan Surat Saudara Ketua Jurusan Teknologi Produksi dan Industri Nomor: B-447/Un.16/DE/PP.009/02/2023 tanggal, 08 Februari 2023 tentang Permohonan Izin Pra Penelitian, maka dengan ini kami memberikan izin untuk mengadakan Penelitian Tugas Akhir di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung kepada :

Nama : **Niken Ekowati**  
NPM : 1951020394  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas/Kampus : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Penelitian : **"Pengaruh Literasi, Religiusitas dan Promosi terhadap Minat Pada Kalangan Civitas Akademika Menggunakan Produk Asuransi Syariah (Studi Pada Kalangan Civitas Akademika UIN Raden Intan Lampung dan IAIN Metro)"**  
Lokasi Penelitian : UIN Raden Intan Lampung

Demikian, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

***Wassalamualaikum Wr.Wb***

**An. Rektor  
Wakil Rektor Bidang Akademik dan  
Pengembangan Lembaga,**

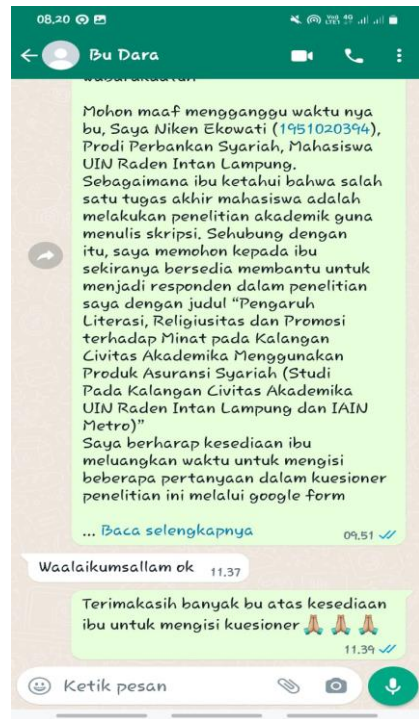
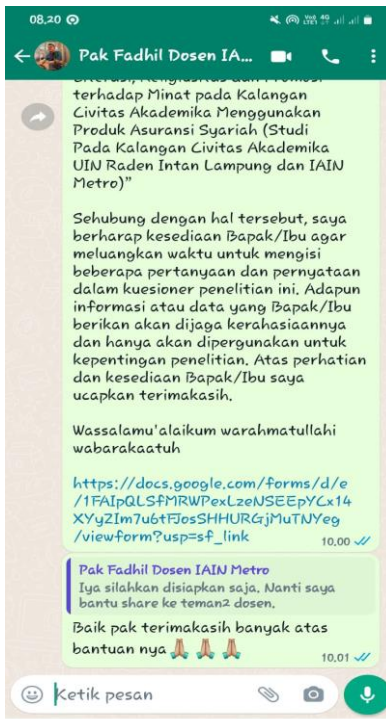
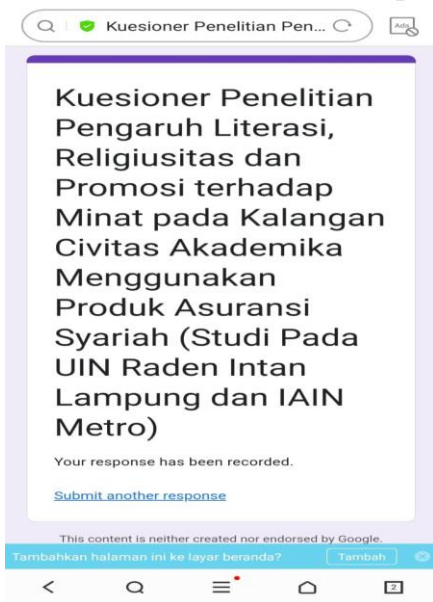


**Alamsyah**

**Tembusan Yth:**

- Rektor UIN Raden Intan Lampung

## Lampiran 14 Dokumentasi











KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
PUSAT PERPUSTAKAAN

Jl. Lestari H. Endro Suratman, Sukasari I, Bandar Lampung 35131  
Telp. (0721) 780087 - 14331 Fax. 780422 Web Site: www.iainradenintan.ac.id

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: B- 1015 /Un.16 / P1 /KT/ IX/ 2023

**Assalamu'alaikum Wr.Wb.**

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I  
NIP : 197308291998031003  
Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Skripsi Dengan Judul :

**PENGARUH LITERASI, RELIGIUSITAS DAN PROMOSI TERHADAP MINAT PADA KALANGAN  
CIVITAS AKADEMIKA MENGGUNAKAN PRODUK ASURANSI SYARIAH  
(Studi Pada Kalangan Civitas Akademika UIN Raden Intan Lampung dan IAIN Metro)**

Karya:

NAMA	NPM	FAK/PRODI
NIKEN EKOWATI	1951020394	FEBI/ PS

Bebas Plagiasi dengan hasil pemeriksaan kemiripan sebesar 19 % dan dinyatakan **Lulus** dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb.**

Bandar Lampung, 04 September 2023  
Kepala Pusat Perpustakaan

Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I  
197308291998031003

**Ket.**

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Dipunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan.

PENGARUH LITERASI,  
RELIGIUSITAS DAN PROMOSI  
TERHADAP MINAT PADA  
KALANGAN CIVITAS  
AKADEMIKA MENGGUNAKAN  
PRODUK ASURANSI SYARIAH

*by* Niken Ekowati

---

**Submission date:** 04-Sep-2023 02:21 PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2157451340

**File name:** TURNITIN-\_NIKEN\_EKOWATI.docx (320.68K)

**Word count:** 10971

**Character count:** 69968

PENGARUH LITERASI, RELIGIUSITAS DAN PROMOSI  
TERHADAP MINAT PADA KALANGAN CIVITAS AKADEMIKA  
MENGUNAKAN PRODUK ASURANSI SYARIAH

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

%

INTERNET SOURCES

13%

PUBLICATIONS

16%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	2%
2	Umi Purwaningsih, Putri Nurmala, Muhammad Riza Hafizi. "WHAT DRIVES PEOPLE'S INTEREST IN SHARIA INSURANCE? EVIDENCE FROM PALANGKA RAYA", OIKONOMIKA : Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2021 Publication	1%
3	Submitted to UM Surabaya Student Paper	1%
4	Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Student Paper	1%
5	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	1%
6	Submitted to IAIN Kudus Student Paper	1%
7	Devitasari Sari. "HUBUNGAN LINGKUNGAN KERJA DAN RELIGIUSITAS DENGAN PENERAPAN K3 DI RUMAH SAKIT "X"", Jurnal Ilmiah Kesehatan Media Husada, 2019 Publication	1%
8	Sofhian Sofhian, Sri Nur Ain Suleman. "Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih	1%

Asuransi Syariah di PT. Prudential Life  
Anssurance Cabang Kota Gorontalo", Li Falah:  
Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017  
Publication

---

9 Dewi. EM. Sormin, Ronatio Afriani Lumban Tobing, Fenny Krisna Marpaung. "Pengaruh WFH (work from home), stres kerja, dan kompetensi terhadap kinerja pegawai di badan penelitian dan pengembangan Kota Medan selama masa pandemi Covid-19", Jurnal Paradigma Ekonomika, 2021  
Publication

---

10 Submitted to IAIN Surakarta  
Student Paper

---

11 Tini Kusmayati Dewi, Siti Rosana Permana. "PENGARUH TINGKAT RELIGIUSITAS DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS SURYAKANCANA CIANJUR", Ar-Rihlah : Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah, 2021  
Publication

---

12 Najmudin Najmudin, Syihabudin Syihabudin, Ma'zumi Ma'zumi, Sujai Sujai, Nanah Sujajah. "The Interest to Buy Home Industry Products of the Baduy Tribe: the Effectiveness of Sharia Marketing Mix and Religiosity", ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam, 2022  
Publication

---

13 Submitted to Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai  
Student Paper

---

14 Indah Sari, Nurbaiti Sirait, Nurul Inayah. "Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Minat Mengikuti Asuransi Dana

Pendidikan pada Perusahaan Asuransi  
Syariah", ManBiz: Journal of Management and  
Business, 2022

Publication

---

15 Submitted to Universitas Jenderal Soedirman <1 %  
Student Paper

---

16 Submitted to Universitas Pelita Harapan <1 %  
Student Paper

---

17 Redjeki Agoestyowati. "BRANDING SERIAL  
KKPK: TINJAUAN PADA MINAT LITERASI  
ANAK-ANAK", Majalah Ilmiah Bijak, 2018 <1 %  
Publication

---

18 Submitted to Badan PPSDM Kesehatan <1 %  
Kementerian Kesehatan  
Student Paper

---

19 Ismi Amalia Romadhon, Heksawan Rahmadi.  
"The Effect of Financial Literacy and Financial  
Technology on Student Financial Inclusion of  
Institute of Social Sciences and Management  
Stiami Jakarta Bekasi Campus", Neraca :  
Jurnal Akuntansi Terapan, 2020 <1 %  
Publication

---

20 Submitted to Universitas Sebelas Maret <1 %  
Student Paper

---

21 Submitted to Sogang University <1 %  
Student Paper

---

22 Hamdah Alfiyah, Neng Siti Komariah.  
"Pengaruh Relationship Marketing Terhadap  
Loyalitas Pelanggan di PT Autoplastik  
Indonesia Karawang Timur", Jurnal Ilmiah  
Manajemen Ubhara, 2021 <1 %  
Publication

---

23 Lailatul Fitria Hanim, Durinda Puspasari.  
"Pengaruh Self Efficacy terhadap Minat  
Melanjutkan Studi S2 pada Mahasiswa Prodi <1 %

24 Raihanah Basalamah, Nurdin Nurdin, Ahmad Haekal, Noval Noval, Abdul Jalil. "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Gopay Pada Generasi Milenial Di Kota Palu", Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, 2022  
Publication

---

25 Submitted to Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
Student Paper

---

26 Sofia Yustiani, Ernawati Ernawati. "Tren Konsumsi Mie Samyang di Kalangan Mahasiswa: Pertimbangan Labelisasi Halal dan Promosi Produk Pada Keputusan Membeli", Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah, 2022  
Publication

---

27 Submitted to UIN Ar-Raniry  
Student Paper

---

28 Nando Gustama. "Pengaruh Marketing Mix terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perum Bulog Subdivre Lampung Tengah", Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI, 2021  
Publication

---

29 Erwan Aristyanto, Allen Pranata Putra, Riduwan. "Pengaruh Religiusitas, Pelayanan dan Tarif Premi terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah dengan Minat Berasuransi Syariah Sebagai Variabel Intervening di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya", Perisai : Islamic Banking and Finance Journal, 2021  
Publication



---

30 Submitted to IAIN Samarinda <1%  
Student Paper

---

31 Qusnul Dyah Novitasari, Roziana Ainul Hidayati. "Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Suku Bunga, dan Promosi terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Pemilikan Rumah Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Gresik", Jurnal Mahasiswa Manajemen, 2020 <1%  
Publication

---

32 Submitted to Universitas Muhammadiyah Ponorogo <1%  
Student Paper

---

Exclude quotes On

Exclude matches < 5 words

Exclude bibliography On