

**PENGARUH RELIGIUS STIMULI DAN
REPUTASI TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH MEMILIH ASURANSI JIWA
SYARIAH
KOTA BANDAR LAMPUNG**

(Studi Pada Nasabah Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar
Lampung)

Skripsi

PINKKY ASSYIFA RAMONA

NPM.2051020361

Program Studi : Perbankan Syariah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG**

TAHUN 1445 H/2024 M

**PENGARUH RELIGIUS STIMULI DAN
REPUTASI TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH MEMILIH ASURANSI JIWA
SYARIAH**

KOTA BANDAR LAMPUNG

(Studi Pada Nasabah Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar
Lampung)

Skripsi

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1 Dalam Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh :

PINKKY ASSYIFA RAMONA

NPM.2051020361

Progam Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy.

Pembimbing II : Okta Supriyaningsih, M.S.Sy

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG**

TAHUN 1445 H/2024 M

ABSTRAK

Keputusan masyarakat dalam memilih suatu hal dapat berdampak pada masyarakat itu sendiri termasuk dalam hal memilih tempat asuransi jiwa. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi keputusan tersebut diantaranya religiusitas seseorang dan reputasi tempat asuransi jiwa itu sendiri. Perilaku ekonomi religius, sebagai bagian dari perilaku iman dapat dibangun dengan memanfaatkan teori-teori Islam. Kesadaran iman pada dasarnya merupakan kesadaran biasa, sebagai gejala keagamaan yang menunjuk pada tumbuhnya pengertian tentang sesuatu. Faktor lain yang mendorong seseorang berminat menjadi nasabah asuransi adalah reputasi. Reputasi perusahaan merupakan persepsi konsumen terhadap nama baik atau citra perusahaan. Reputasi juga membuat konsumen lebih percaya untuk melakukan kerjasama jangka panjang.

Jenis penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang sedang berlaku, di dalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis, dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang dianalisis dengan menggunakan uji reliabilitas, validitas, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis dengan menggunakan bantuan aplikasi *SPSS 22.00 versions for windows*.

Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa variabel religius stimuli dan reputasi memiliki pengaruh yang menunjukkan arah sejajar terhadap keputusan nasabah. Hasil tersebut dibuktikan dengan uji hipotesis (t) pada pengaruh religius stimuli terhadap keputusan nasabah yang memiliki hasil T_{hitung} sebesar 2.217 dengan nilai signifikansi 0.002. Selain itu, reputasi juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah yang dibuktikan dengan hasil uji hipotesis (t) yang memiliki hasil T_{hitung} sebesar 3.018 dengan nilai signifikansi 0.001. Hal ini berarti bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_1 dan H_2 diterima.

Kata kunci: Religius Stimuli, Reputasi, Keputusan Nasabah

ABSTRACT

People's decisions in choosing something can have an impact on the community itself, including when choosing a life insurance provider. There are two factors that influence this decision, namely a person's religiosity and the reputation of the life insurance company itself. Religious economic behavior, as part of faith behavior, can be built by utilizing Islamic theories. Awareness of faith is basically an ordinary awareness, as a religious symptom that points to a growing understanding of something. Another factor that encourages someone to be interested in becoming an insurance customer is reputation. Company reputation is the consumer's perception of the company's good name or image. Reputation also makes consumers more confident in carrying out long-term collaboration.

This research is quantitative descriptive research which aims to describe what is currently happening, in which there are efforts to describe, record, analyze and interpret conditions that are currently occurring or existing. The data used in this research is secondary data which was analyzed using reliability, validity, multiple linear regression tests, and hypothesis testing using the SPSS 22.00 version for Windows application.

Based on the results of partial and simultaneous statistical tests, it shows that the religious stimuli and reputation variables have an influence that shows a parallel direction on customer decisions. These results are proven by hypothesis testing (t) on the influence of religious stimuli on customer decisions which has a T count of 2.217 with a significance value of 0.002. Apart from that, reputation also has a significant influence on customer decisions as proven by the results of the hypothesis test (t) which has a T count of 3.018 with a significance value of 0.001. This means that $T_{count} > T_{table}$ then H_1 and H_2 are accepted.

Keywords: *Religious Stimuli, Reputation, Customer Decisions*



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

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721)703260

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Pinky Assyifa Ramona
NPM : 2051020361
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh Religius Stimuli dan Reputasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Jiwa Syariah (Studi Kasus PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung)**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 30 April 2024
Penulis,



Pinky Assyifa Ramona
NPM. 2051020361



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

Alamat: Jl. Dekol. H. Endro Suratmih, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi

Pengaruh Reputasi Nasabah Syariah (Studi Kasus Jiwa Lampung) Terhadap Memilih Asuransi Jiwa Syariah PT. Asuransi Amin Bandar Lampung)

Nama

Pinky Assyifa Ramona

NPM

2051020361

Jurusan

Perbankan Syariah

Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunagasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munagasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Erike Angeraeni, M.E.Sy.

Okta Supriyaningsih, M.E.Sy.

NIP. 198208082011012009

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Anv. Eliza, S.E., M.Ak.

NIP. 198308152006012009



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

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Religius Stimuli dan Reputasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Jiwa Syariah Kota Bandar Lampung (Studi Pada Nasabah Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung)”** disusun oleh **Pinky Assyifa Ramona, NPM: 2051020361**, Program Studi Perbankan Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Selasa, 21 Mei 2024.**

TIM PENGUJI

- Ketua : Dr. Hanif, M.M.** 
- Sekretaris : Erlin Kurniati, M.M.** 
- Penguji I : Siska Yuli Anita, M.M.** 
- Penguji II : Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy.** 

Mengetahui,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Trius Suryanto, S.E., M.M., Akt. CA
197009262008011008

MOTTO

مَا أَصَابَ مِنْ مُصِيبَةٍ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ وَمَنْ يُؤْمِنْ بِاللَّهِ يَهْدِ اللَّهُ قَلْبَهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿١﴾

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.¹

(Q.S At-Taghabun 64:11)

¹ 'Al-Quran Kemenag'.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin. Dengan rasa syukur kepada Allah SWT dan dari hati yang terdalam atas karunia dan rahmatnya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Sebagai tanda bakti dan cinta yang tulus kupersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kepada orang tuaku tercinta, Abi ku Ujang Suhermanto dan Ibuku Nila Fausa yang selalu senantiasa memberikan semangat dan menjadi motivator dalam hidupku, kerja keras yang telah dicurahkan, limpahan doa dan kasih sayang yang tak terhingga serta selalu memberikan yang terbaik untuk anaknya.
2. Pakwo Ahmad Rivaie (Alm) terima kasih telah memberikan banyak kasih sayang dan motivasi selama hidupnya dan memberikan rasa rindu yang berarti, Makwo Erawati yang telah memberikan dukungan serta perhatiannya.
3. Adik-adikku, Pinkkan Assyifa Ramona, Sadewa, Muhammad ghavyn Arkenzie, Qaireen Arfa Almahyra.

RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis adalah Pinkky Assyifa Ramona, Dilahirkan Di Karang Sari Kecamatan Muara Sungkai Kabupaten Lampung Utara pada 02 April 2003 anak pertama dari Ibu Nila Fausa. Penulis menempuh pendidikan pada:

1. Taman Kanak Kanak (TK) Darma Bakti Karang Sari, Kecamatan Muara Sungkai, Kabupaten Pesisir Barat, diselesaikan pada tahun 2008.
2. Madrasah Ibtidaiyah (MI) Roudlotul Ulum, Kecamatan Pesisir Selatan, Kabupaten Pesisir Barat, Lampung, diselesaikan pada tahun 2012.
3. Sekolah Menengah Pertama (SMP) Rodhotul Quran Metro, Kecamatan Metro Barat, Kabupaten Metro, Lampung, diselesaikan pada tahun 2017.
4. Sekolah Menengah Atas (SMA) Roudhotul Quran Metro, Kecamatan Metro Barat, Kabupaten Kota Metro, Lampung, diselesaikan pada tahun 2020.
5. Penulis melanjutkan studi kejenjang perguruan tinggi strata satu (S1) program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Bandar Lampung pada tahun 2020.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan rahmat-NYA sehingga skripsi yang berjudul “**Pengaruh Religius Stimuli dan Reputasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Jiwa Syariah Kota Bandar Lampung (Studi Pada Nasabah Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung)**” dapat terselesaikan. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang syafaatnya selalu kita nantikan sampai akhir zaman.

Penulisan skripsi ini masih jauh dari nilai kesempurnaan serta tidak akan berhasil tanpa adanya bantuan, bimbingan serta saran dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., MM., Akt, CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Any Eliza, S.E., M.Ak. Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy. selaku pembimbing I dan Okta Supriyaningsih, M.S.Sy selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan dan arahan agar tersusunnya skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan motivasi dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Zakwan Efendi selaku kepala cabang Asuransi Syariah Al Amin Bandar Lampung dan seluruh karyawan perusahaan Asuransi Syariah Al Amin Bandar Lampung yang telah membantu dalam penelitian ini.
6. Kepada keluarga ku tercinta Abi Ujang Suhermanto dan Ibu Nila Fausa, adik-adiku Pinkkan Assyifa Ramona, Sadewa, Muhammad Ghavyn Arkenzie, Qaireen Arfa Almahyra, dan Pakwo Ahmad Rivaie (Alm), Makwo Erawati yang senantiasa memberikan

dukungan baik lahir dan batin kepada penulis, selalu memberikan keceriaan dan motivasi yang tak pernah surut sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

7. Kepada teman-temanku dan sahabat-sahabatku, serta orang terdekatku terimakasih banyak atas support, bantuan dan motivasi yang diberikan kepada penulis.
8. Kepada anak perempuan pertama dan harapan pertama keluarga, diri saya sendiri, Pinkky Assyifa Ramona. Terima kasih sudah berjuang dan menjadi manusia yang selalu mau berusaha tanpa lelah sehingga mampu menuntaskan studinya dengan sebaik mungkin. Terlepas dari segala sesuatu yang membuatmu patah, tetaplah bahagia selalu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, akan tetapi penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi bidang Perbankan Syariah.

Bandar Lampung, April 2024
Penulis

Pinkky Assyifa Ramona
NPM. 2051020361

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang	2
C. Alasan Memilih Judul	8
D. Identifikasi dan Batasan Masalah	8
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	10
H. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS 15	
A. Landasan Teori	15
1. <i>Theory of Reasoned Action</i> (Teori Tindakan Beralasan). ...	15
2. Konsep Dasar Religius Stimuli	16
3. Konsep Dasar Reputasi	17
4. Konsep Dasar Keputusan	20
5. Konsep Dasar Asuransi Jiwa Syariah.....	21
B. Kerangka Pemikiran.....	23
C. Pengajuan Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Waktu dan Tempat Penelitian	27
B. Pendekatan dan jenis penelitian.....	27
1. Pendekatan penelitian.....	27
2. Jenis penelitian	27
C. Populasi dan Sample	28

1.	Populasi	28
2.	Sampel	28
D.	Tehnik Pengumpulan Data	29
1.	Observasi	29
2.	Kuesioner	29
3.	Dokumentasi	30
E.	Definisi Operasional variabel penelitian	31
F.	Uji Validitas dan Reliabilitas Data	32
1.	Uji Validitas	32
2.	Uji Reliabilitas	33
G.	Uji Asumsi Klasik	33
1.	Uji Normalitas	33
2.	Uji Multikolinearitas	33
3.	Uji Heteroskedastisitas	34
H.	Uji Hipotesis	34
1.	Analisis Regresi Linear Berganda	34
2.	Uji t (Parsial)	34
3.	Uji Secara Simultan (Uji F)	35
4.	Analisis Koefesion Determinasi (R^2)	35
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A.	Deskripsi Objek Penelitian	37
1.	Hasil Deskriptif	37
B.	Hasil Penelitian dan Pembahasan	38
1.	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	38
2.	Hasil Uji Asumsi Klasik	44
3.	Hasil Uji Hipotesis	47
C.	Pembahasan	50
	BAB V PENUTUP	55
A.	Simpulan	55
B.	Rekomendasi	56
	LAMPIRAN	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 kerangka pemikiran penelitian.....	23
Gambar 4. 1 grafik scatterplot.....	46

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul merupakan hal yang sangat penting dari karya ilmiah, karena judul ini akan memberikan gambaran tentang keseluruhan isi. Agar tidak terjadi kesalahan dalam memahami makna yang terkandung dalam judul penelitian ini, peneliti merasa perlu untuk memberikan penegasan terhadap judul seperlunya. Judul Proposal ini adalah **“Pengaruh Religius Stimuli dan Reputasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Jiwa Syariah Kota Bandar Lampung”**. Dengan demikian akan terdapat beberapa istilah yang perlu dijelaskan sebagai berikut :

1. **Pengaruh** dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti “daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang”. Surakhmad berpendapat bahwa pengaruh adalah kekuatan yang muncul dari suatu benda atau orang dan juga gejala dalam yang dapat memberikan perubahan terhadap apa-apa yang ada disekelilingnya. Sedangkan menurut ilmu statistik, pengaruh adalah hubungan yang terjadi antara dua variable.
2. **Religius Stimuli** yaitu pemahaman agama yang menjadikan seseorang menjatuhkan pilihan dalam sebuah kegiatan ekonomi, yang mana dengan pemahaman agama yang dimiliki seseorang menjadikan orang tersebut selektif dalam menentukan kegiatan ekonominya.¹
3. **Reputasi** diartikan sebagai suatu bangunan social yang mengayomi suatu hubungan, kepercayaan yang akhirnya akan menciptakan brand image bagi suatu perusahaan.

¹ ummi marzuqoh, ‘Anilisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Berinteraksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di BRI Syariah KCP Ngronggo Kediri)’, 2017.

Adanya reputasi yang baik dalam sebuah perusahaan bank akan menimbulkan kepercayaan bagi nasabahnya²

4. **Keputusan** adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan³
5. **Asuransi Syariah** adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong diantara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan /atau tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad yang sesuai syariah.⁴

Maka yang dimaksud dari judul **“Pengaruh Religius Stimuli dan Reputasi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Asuransi Jiwa Syariah Kota Bandar Lampung”** adalah suatu penelitian yang berupaya ingin meneliti tentang keputusan seorang nasabah dalam memilih dan menggunakan jasa asuransi yang berdasarkan pengaruh religius stimuli dan reputasi.

B. Latar Belakang

Melihat perkembangan dunia usaha industri yang semakin berkembang, usaha Asuransi juga tidak kalah berkembangnya. Dengan meningkatnya minat masyarakat untuk berasuransi syariah, maka asuransi syariah saat ini mengalami perkembangan. Pada hakekatnya kehidupan manusia tidak jauh dari bahaya dan juga resiko yang berakibat buruk. Sebuah ancaman ataupun resiko tersebut yaitu dari kesalahan, kelemahan dan juga ketidaktahuan seseorang dengan masalah yang dihadapi. Mengingat bahwa kehidupan

² M Radiansyah, ‘Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Pada Minat Nasabah Non Muslim Terhadap Bank Syariah (PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kota Pematangsiantar)’, 1.2 (2020).

³ philip kotler dan gary armstrong, ‘Prinsip-Prinsip Pemasaran’, in *Erlangga*, p. 181.

⁴ Abdullah Amrin, ‘Asuransi Syariah Keberadaan Dan Kelebihannya Di Tengah Asuransi Konvensional’.

manusia tidak terlepas dari berbagai resiko yang dapat menimbulkan kerugian. Manusia bisa mengalami berbagai macam-macam resiko kecelakaan di darat, laut ataupun di udara. Kecelakaan di tempat mereka bekerja, bencana, mengalami perampokan, jatuh sakit, bahkan hingga berujung kehilangan nyawa (kematian).

Manusia pasti menginginkan hidupnya tenang meskipun kelak akan terjadi resiko. Untuk mengatasi hal tersebut mereka melakukan usaha dan upaya, salah satunya dengan cara melimpahkannya kepada pihak lain. Maka pilihan yang paling tepat terdapat pada institusi yang bernama asuransi.⁵ Salah satu resiko yang mereka khawatirkan adalah resiko kematian, karena kasihan terhadap keluarga yang ditinggalkan dan tidak mau menyusahkan keluarga maka memilih untuk asuransi jiwa.

Setiap tindakan manusia didasarkan pada keinginannya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Pertumbuhan ekonomi Islam di Indonesia dimulai dengan tumbuhnya Bank Syariah di Indonesia pada tahun 1992, yang sebelumnya didahului dengan lokakarya MUI yang membahas tentang perbankan syariah. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa ekonomi Islam bukanlah hanya bank syariah saja. Salah satu bagian dari ekonomi Islam yang merupakan lembaga keuangan non bank pun sudah mulai banyak menjamur dan lembaga keuangan lainnya yaitu Asuransi Syariah.

Menurut Nia Kania asuransi syariah sebagai salah satu bisnis prioritas yang mempunyai peluang sangat penting di Indonesia, namun mekanisme klaim asuransi syariah yang cukup rumit sehingga berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat untuk menggunakan produk asuransi syariah.⁶ Selain itu asuransi syariah merupakan salah satu jenis lembaga keuangan syariah non bank. Asuransi syariah

⁵ arisma afriana sari, 'Pengaruh Religius Stimuli Terhadap Minat Memilih Asuransi Jiwa Syariah Bumi Putera Sidoarjo', 2019.

⁶ nia kania, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Asuransi Syariah PT. Prudential Life Bandung', *Jurnal Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung*, 2020, 768.

mengandung arti yaitu saling menanggung resiko diantara sesama manusia sehingga diantara satu dengan yang lainnya menjadi penanggung dan resiko masing-masing.⁷

Menurut Dewan Syariah Nasional (DSN) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) asuransi syariah adalah usaha untuk saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang yang melalui investasi dalam bentuk aset dan atau tabarru⁸ yang memberikan pola pengambilan untuk menghadapi resiko atau bahaya tertentu melalui akad yang sesuai dengan syariah.⁸

Asuransi Jiwa Syariah Al Amin didirikan berdasarkan akta pendirian Nomor: 32 tanggal 9 september 2009 yang dibuat dihadapan Edi Prayono, Sarjana Hukum, notaris di Jakarta yang telah mendapatkan pengesahan badan hukum dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Surat Keputusan Nomor: AHU-52857.AH.01.01 Tahun 2009 tanggal 2 November 2009. Terakhir telah diadakan dengan akta nomor: yang dibuat dihadapan Sugito Tadjamulja, notaris di Jakarta dan telah mendapatkan pengesahan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Surat Keputusan Nomor: AHU-52857.AH.01.01 pada tanggal 20 Desember 2011.

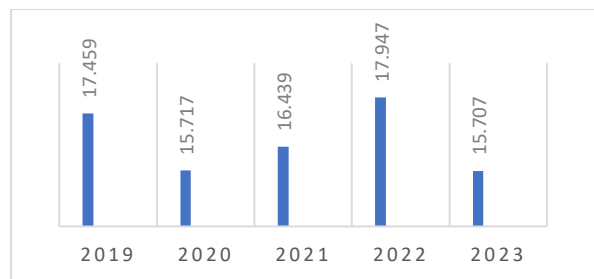
Sedangkan Asuransi Jiwa Syariah Alamin Cabang Bandar Lampung berdiri sejak tahun 2013 dengan dipimpin oleh Zakwan Efendi, S.Pd. Dimana lokasi Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Cabang Bandar Lampung bertempat di jl. Sultan Agung No 20. RT 06 LK II, Way Halim, Bandar Lampung. Mayoritas masyarakat daerah Bandar Lampung dan sekitarnya beragama islam yang seharusnya masyarakat tersebut memperhatikan nilai religius stimuli dalam kegiatan ekonomi. Misalnya dalam memilih asuransi jiwa, apakah asuransi tersebut sudah benar- benar menjalankan sesuai prinsip syariah.

⁷ widiya lestari, 'Minat Nasabah Dalam Memilih Asuransi Syariah', 2019.

⁸ Ali Zainudin, *Hukum Asuransi Syariah*.

Demi sebuah keberhasilan, Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin cabang Bandar Lampung tentu harus bersaing dengan perusahaan asuransi lain untuk mendapatkan nasabah atau pempol. Dimana produk yang disediakan dalam asuransi jiwa syariah al amin ini yaitu Produk Perbankan, Produk Individu, Produk Pendidikan (siswa) dan produk lainnya, dengan adanya produk tersebut menimbulkan daya tarik bagi nasabahnya sesuai kebutuhan yang diinginkan, terlihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 1. 1 jumlah nasabah PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung 2019-2023



Sumber : PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin, Lampung, 2024.

Dari tabel 1.1 diketahui jumlah nasabah dari tahun 2019 sampai 2023 mengalami peningkatan yang cukup signifikan setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan keagamaan seseorang dan reputasi PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin cukup efektif . Menurut Bahrul Aziz PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Cabang Lampung Lokasinya yang strategis yaitu di Jl. Sultan Agung No.20 Way Halim Permai, Bandar Lampung dengan mayoritas penduduk di Lampung adalah Islam, dan semua sistem yang digunakan di asuransi adalah berbasis online sehingga memberikan kecepatan pelayanan lebih baik.⁹

⁹ Bahrul Aziz, 'Korwil 2 Di PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Kantor Cabang Lampung, Wawancara'.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam berasuransi syariah sangat penting diperhatikan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut. Diamati atau tidaknya suatu lembaga dapat diketahui dengan faktor-faktor yang sifatnya psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap dan selera. Bukan hanya faktor psikologis saja, ada banyak faktor yang mendorong masyarakat untuk memilih asuransi syariah. Faktor-faktor masyarakat dalam menggunakan jasa layanan asuransi adalah pendapatan, reputasi, produk, lokasi, pelayanan, dan promosi. Termasuk didalamnya juga religius stimuli yang merupakan faktor pengetahuan dan pengalaman keberagaman yang mendorong seseorang untuk memilih asuransi syariah. Religius stimuli yaitu faktor pengetahuan dan pengalaman keberagaman seseorang yang dapat mendorong mereka untuk melakukan suatu tindakan (kegiatan) ekonomi.¹⁰ Menyangkut tentang seberapa jauh pengetahuan tentang agama, keyakinan, ibadah dan juga pendalaman agama yang mereka anut. Semakin kuat agama seseorang maka mereka akan semakin percaya (yakin) dengan transaksi yang berkaitan dengan prinsip syariah. Sebagai dasar proses perilaku ekonomi religius, kesadaran iman merupakan suatu awalan dari ekspresi isi dalam kehidupan praktis seseorang.¹¹ Setiap kesadaran pasti memiliki sisi aktif maupun pasif, sisi aktif kesadaran iman memiliki potensi untuk menumbuhkan perilaku religius.

Perilaku ekonomi religius, sebagai bagian dari perilaku iman dapat dibangun dengan memanfaatkan teori-teori Islam. Pembangunan ekonomi ini merupakan bagian dari proses pencapaian tujuan risalah. Oleh karena itu, pijakan awal proses ini adalah kesadaran iman yang tumbuh ketika seseorang menyatakan beriman dengan wahyu yang diturunkan kepada Rasul Allah. Kesadaran iman pada

¹⁰ rifa'atul machmudah, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada Bank Cimb Niaga Syariah Cabang Semarang)', 2019.

¹¹ muslim A Kadir, 'Ilmu Islam Terapan', in *Pustaka Pelajar Offset*, 2003, p. 216.

dasarnya merupakan kesadaran biasa, sebagai gejala keagamaan yang menunjuk pada tumbuhnya pengertian tentang sesuatu. Perbedaannya berada pada sifat dan isi kesadaran yang merupakan respon terhadap wahyu, karena gejala kejiwaan memiliki cakupan tertentu. Jadi, isi kesadaran iman adalah pengalaman keagamaan (iman). Ketika seseorang telah memahami aturan agama tentang sistem ekonomi seperti riba dan lainnya, serta taat terhadap perintah agama yang telah ada pada kitab suci masing-masing agama maka asuransi syariah menjadi pilihan setiap umat beragama.

Faktor lain yang mendorong seseorang berminat menjadi nasabah asuransi adalah reputasi. Reputasi perusahaan merupakan persepsi konsumen terhadap nama baik atau citra perusahaan. Reputasi merupakan suatu *goodwill* perusahaan yang menambah nilai positif pada penilaian perusahaan di mata konsumen. Reputasi juga membuat konsumen lebih percaya untuk melakukan kerjasama jangka panjang. Jika melihat perkembangan asuransi syariah diatas, nampaknya mekanisme dengan profit sharing (bagi hasil) menjadi alternatif bagi masyarakat. Selain itu, produk yang beragam dan menarik serta mempunyai manfaat tinggi nampaknya juga mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk. Konsumen akan membeli produk memuaskan kebutuhan, tetapi ada juga bertujuan untuk memuaskan keinginannya.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *research gap* pada penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Tariza Putri Lemiyana dkk (2019), M. Radiansyah (2020), M Fauzan (2023), mereka memperoleh kesimpulan bahwa Religius stimuli berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Namun berbeda dengan penelitian Lina Marlina dkk (2020), bahwa Religius stimuli tidak mempengaruhi keputusan nasabah.

Selanjutnya penelitian tentang Reputasi terhadap keputusan nasabah, oleh penelitian M. Radiansyah (2020) bahwa Reputasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan

nasabah. Namun berbeda dengan penelitian Lina Marlina dkk (2020), bahwa Reputasi tidak mempengaruhi keputusan nasabah.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk membahas dan meneliti hal di atas dengan judul "**PENGARUH RELIGIUS STIMULI DAN REPUTASI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH ASURANSI JIWA SYARIAH KOTA BANDAR LAMPUNG (Studi Pada Nasabah Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung)**".

C. Alasan Memilih Judul

Adapun alasan penulis memilih judul tersebut adalah :

1. Alasan Objektif
 - a. Secara objektif penulis ingin melakukan penelitian tersebut karena ingin mengetahui tentang pengaruh religious stimuli terhadap Keputusan nasabah memilih PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung.
 - b. Judul skripsi ini dipilih karena keingin tahuan penulis untuk mengetahui Keputusan nasabah memilih asuransi syariah dilihat dari pengetahuan keagamaan dan reputasi PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin bandar Lampung.
2. Alasan Subjektif Permasalahan ini cukup menarik bagi penulis, dimana penulis ingin memberikan sumbangan pemikiran bagi pembaca sebagai pembelajaran mengenai pengaruh religious stimuli dan reputasi terhadap Keputusan nasabah memilih PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung

D. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan ulasan latar belakang yang telah disusun, peneliti membatasi pembahasan pada penelitian yang akan dilakukan dengan maksud agar pembahasan tetap sejalan dengan tujuan penelitian serta tidak menyimpang dari rumusan masalah. Penelitian ini dibatasi pada pembahasan

Pengaruh Religius Stimuli dan Reputasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Jiwa Syariah Kota Bandar Lampung.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka masalah penelitian dirumuskan dalam beberapa pertanyaan adalah sebagai berikut:

1. Apakah Religius Stimuli berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Jiwa Syariah Kota Bandar Lampung?
2. Apakah Reputasi berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Jiwa Syariah Kota Bandar Lampung?
3. Apakah Religius Stimuli dan Reputasi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Jiwa Syariah Kota Bandar Lampung?

F. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui Pengaruh Religius Stimuli Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Jiwa Syariah Kota Bandar Lampung.
- b. Mengetahui Pengaruh Reputasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Jiwa Syariah Kota Bandar Lampung.
- c. Mengetahui Religius Stimuli dan Reputasi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Jiwa Syariah Kota Bandar Lampung.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan di atas, maka manfaat penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur untuk penelitian lanjutan dan diharapkan dapat bermanfaat secara teori dan aplikasi dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai Asuransi Syariah khususnya Asuransi Jiwa Syariah Kota Bandar Lampung.

b. Manfaat Praktis

Selain dilihat dari segi teoritis penelitian ini juga dapat berguna :

1. Bagi perusahaan

Memberikan pengetahuan terhadap perusahaan dan dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan nasabah dalam rangka pengambilan keputusan yang baik dalam menjadi nasabah.

2. Bagi akademis

Berguna sebagai bahan informasi dan wawasan untuk peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan minat nasabah.

3. Bagi penulis

Peneliti ini untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Reliabilitas, Uji Penyimpangan Asumsi Klasik dan Uji Analisis Regresi Linier Berganda. Pengambilan sampel adalah dengan menggunakan teknik *Non* Pada pembahasan pengaruh religius stimuli dan reputasi terhadap keputusan nasabah memang cukup banyak. Namun dalam pembahasannya terdapat perbedaan antara penelitian satu dengan yang lainnya. Berikut adalah penelitian yang membahas mengenai pengaruh religius stimuli dan reputasi terhadap keputusan nasabah.

Penelitian dari Lina Marlina dkk, yang berjudul Faktor Faktor yang mempengaruhi minat non muslim menjadi nasabah bank syariah di tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat non muslim untuk menjadi nasabah di BNI Syariah Cabang Tasikmalaya. Hal ini ditunjukkan dengan uji t yang mana diperoleh nilai thitung < ttabel ($1,090 < 1,657$); (2) Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepentingan non muslim menjadi nasabah di BNI Syariah Cabang Tasikmalaya. Iniditunjukkan dengan uji t diperoleh -hitung> -tabel ($-1,055 > -1,657$). (3) Religius Stimuli secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat non muslim menjadi nasabah di BNI Syariah Cabang Tasikmalaya. Hal ini ditunjukkan dengan uji t yang mana diperoleh nilai -hitung > -tabel ($-0,586 > -1,657$); (4) Reputasi Secara parsial tidak mempengaruhi minat non-Muslim untuk menjadi nasabah di BNI Syariah Tasikmalaya Cabang. Hal ini ditunjukkan dengan uji t yang diperoleh nilai -hitung> -tabel ($-0,448 > 1,657$); (5) Bagi hasil Secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepentingan non-Muslim menjadi nasabah di BNI Syariah Cabang Tasikmalaya. Hal ini ditunjukkan dengan uji t yang diperoleh nilai - hitungan> - tabel ($-0,630 > -1,657$); (6) Promosi sebagian mempengaruhi minat non-Muslim menjadi nasabah di BNI Cabang Syariah Tasikmalaya. Hal ini ditunjukkan dengan uji t diperoleh nilai hitung > t tabel ($2,571 > 1,657$); Lokasi, pelayanan, religius stimuli, reputasi, bagi hasil, dan promosi secara simultan tidak mempengaruhi minat non muslim untuk menjadi nasabah di BNI Syariah Tasikmalaya Cabang. Hal ini ditunjukkan dengan uji F yang diperoleh nilai F hitung < F tabel ($1,619 < 2,17$).¹²

Penelitian Tariza Putri Lemiyana yang berjudul Analisis Religius Stimuli dan Profit Sharing minoritas Ethnis china non muslim menjadi nasabah perbankan syariah di Kota

¹² lina marlina, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Tasikmalaya', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7.1 (2020).

Palembang. Penelitian ini dilakukan pada nasabah Bank Umum Syariah di Kota Palembang yang merupakan nasabah etnis Tionghoa non-Muslim. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh Religius Stimuli dan Profit Sharing terhadap nasabah bank syariah non muslim etnis Tionghoa. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah non muslim yang melakukan pembiayaan. Penelitian ini menggunakan 120 responden dan menggunakan teknik Purposive Sampling. Pemecahan masalah dilakukan dengan menggunakan teknik analisis Structural Equation Model atau SEM. Dari hasil penelitian, penulis memperoleh kesimpulan bahwa religius stimuli dan bagi hasil berpengaruh terhadap Pelanggan Non Muslim etnis Cina.¹³

Penelitian M Radiansyah yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Pada Minat Nasabah Non Muslim Terhadap Bank Syariah(Pt Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kota Pematangsiantar). Teknik analisis yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian dengan cara yaitu analisis kuantitatif. Analisis yang dilakukan terhadap data antara lain: Uji validitas, Uji *Probability Sampling* dengan cara *purposive sampling*. Hasil penelitiannya adalah bahwa variable independent (faktor promosi, lokasi, religius stimuli, pelayanan, profit sharing dan reputasi) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim dalam menggunakan jasa layanan bank syariah di Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kota Pematang Siantar.¹⁴

Penelitian M fauzan, yang berjudul Determinant Analysis of Non Muslim Choose PT Bank Syariah Indonesia, Tbk In Pematangsiantar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh promosi, produk, layanan, dan religius stimuli terhadap keputusan nasabah non-Muslim memilih PT Bank Syariah Indonesia, Tbk di

¹³ tariza putri maliyana, 'Analisis Religius Stimuli Dan Bagi Hasil Minoritas Etnis China Non Muslim Menjadi Nasabah Di Kota Palembang', 14.1 (2019).

¹⁴ m radiansyah, 'Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Pada Minat Nasabah Non Muslim Terhadap Bank Syariah (PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kota Pematangsiantar)', 1.2 (2020).

Pematangsiantar baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian ini memuat tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dengan uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi, dan regresi linier analisis persamaan. banyak. Hasil penelitian ini secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan non muslim memilih PT Bank Syariah Indonesia, Tbk di Pematangsiantar. Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara produk terhadap keputusan non muslim memilih PT Bank Syariah Indonesia, Tbk di Pematangsiantar. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap keputusan non muslim memilih PT Bank Syariah Indonesia, Tbk di Pematangsiantar. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara religius stimuli terhadap keputusan non muslim memilih PT Bank Syariah Indonesia, Tbk di Pematangsiantar. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi, produk, layanan, dan religius stimuli terhadap keputusan non-Muslim memilih PT Bank Syariah Indonesia, Tbk di Pematangsiantar.¹⁵

Berdasarkan dengan penelitian terdahulu, bahwa penelitian yang akan dilakukan penulis memiliki kajian yang berbeda walaupun ada beberapa penelitian yang memiliki tema yang sama. Namun yang penulis teliti memiliki kesamaan yaitu keputusan nasabah memilih asuransi syariah. Penelitian ini akan meneliti mengenai pengaruh Religius Stimuli dan Reputasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Jiwa Syariah Kota Bandar Lampung. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah:

- a. Variabel penelitian yang digunakan yaitu Religius stimuli, Reputasi dan Keputusan.

¹⁵ M Fauzan, 'Determinan Anlysis of Non Muslim Choose PT Bank Syariah Indonesia, Tbk In Pematangsiantar', 8.1 (2023).

- b. Tempat penelitian yaitu PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung.

Dengan demikian penelitian dengan judul “Pengaruh Religius Stimuli dan Reputasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Jiwa Syariah Kota Bandar Lampung”, merupakan penelitian yang belum pernah dilakukan sebelumnya.

H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Bab pendahuluan berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan kajian penelitian terdahulu yang relevan.

Bab II Landasan Teori

Dalam bab ini berisi tentang landasan teori, kerangka pemikiran dan pengajuan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Metode penelitian berisi tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi, sampel, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini berisi tentang hasil penelitian, pembahasan dan hasil dari analisis data.

Bab V Penutup

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan serta saran dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. *Theory of Reasoned Action* (Teori Tindakan Beralasan).

Theory of Reasoned Action (TRA) pertama kali diperkenalkan oleh Martin Fishbein dan Ajzen dalam Jogiyanto (2007). Teori ini menghubungkan antara keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), kehendak (*intention*) dan perilaku (*behavior*). Kehendak merupakan prediktor terbaik perilaku, artinya jika ingin mengetahui apa yang akan dilakukan seseorang, cara terbaik adalah mengetahui kehendak orang tersebut. Namun, seseorang dapat membuat pertimbangan berdasarkan alasan-alasan yang sama sekali berbeda (tidak selalu berdasarkan kehendak). Konsep penting dalam teori ini adalah fokus perhatian (*salience*), yaitu mempertimbangkan sesuatu yang dianggap penting. Kehendak (*intention*) ditentukan oleh sikap dan norma subyektif.

Jogiyanto (2007) berpendapat bahwa Intensi atau niat merupakan fungsi dari dua determinan dasar, yaitu sikap individu terhadap perilaku (merupakan aspek personal) dan persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau untuk tidak melakukan perilaku yang disebut dengan norma subyektif. Secara singkat, praktik atau perilaku menurut *Theory of Reasoned Action* (TRA) dipengaruhi oleh niat, sedangkan niat dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif. Sikap sendiri dipengaruhi oleh keyakinan akan hasil dari tindakan yang telah lalu. Norma subyektif dipengaruhi oleh keyakinan akan pendapat orang lain serta motivasi untuk menaati pendapat tersebut. Secara lebih sederhana, teori ini mengatakan bahwa seseorang akan melakukan suatu perbuatan apabila ia memandang perbuatan itu positif dan bila ia percaya bahwa orang lain ingin agar ia melakukannya.

2. Konsep Dasar Religius Stimuli

Menurut Glock dan Stark yang dikutip Djamaluddin Ancok dan Fuat Nashori Suroso religiusitas adalah sistem symbol, keyakinan, nilai, perilaku yang terlembagakan yang semuanya terpusat pada persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi.¹⁶ Menyangkut tentang seberapa jauh pengetahuan tentang agama, keyakinan, ibadah dan juga pendalaman agama yang mereka anut. Semakin kuat agama seseorang maka mereka akan semakin percaya (yakin) dengan transaksi yang berkaitan dengan prinsip syariah. Sebagai dasar proses perilaku ekonomi religius, kesadaran iman merupakan suatu awalan dari ekspresi isi dalam kehidupan praktis seseorang. Setiap kesadaran pasti memiliki sisi aktif maupun pasif, sisi aktif kesadaran iman memiliki potensi untuk menumbuhkan perilaku religius.

Perilaku ekonomi religius, sebagai bagian dari perilaku iman dapat dibangun dengan memanfaatkan teori-teori Islam. Pembangunan ekonomi ini merupakan bagian dari proses pencapaian tujuan risalah. Oleh karena itu, pijakan awal proses ini adalah kesadaran iman yang tumbuh ketika seseorang menyatakan beriman dengan wahyu yang diturunkan kepada Rasul Allah. Kesadaran iman pada dasarnya merupakan kesadaran biasa, sebagai gejala keagamaan yang menunjuk pada tumbuhnya pengertian tentang sesuatu. Perbedaannya berada pada sifat dan isi kesadaran yang merupakan respon terhadap wahyu, karena gejala kejiwaan memiliki cakupan tertentu. Jadi, isi kesadaran iman adalah pengalaman keagamaan (iman). Ketika seseorang telah memahami aturan agama tentang sistem ekonomi seperti riba dan lainnya, serta taat terhadap perintah agama yang telah ada pada kitab suci masing-masing agama maka asuransi syariah menjadi pilihan setiap umat beragama.

¹⁶ fuad nashori suroso djamaluddin ancok, 'Psikologi Islam', in *Pustaka Pelajar*, p. 76.

Dapat diasumsikan bahwa semakin tinggi individu mengangka dan memasukkan agama dalam identitasnya juga kehidupannya semakin besar pula dampaknya terhadap nilai dan juga perilaku mereka. Oleh sebab itu agama juga berdampak dalam pilihan dan keputusan yang dibuat individu, terhadap memilih asuransi jiwa.

a. Indikator Religius Stimuli

Ada lima aspek indikator Religius Stimuli, yaitu:¹⁷

- 1) Aspek ritual, yaitu aspek yang mengukur sejauh mana seseorang melakukan kewajiban ritualnya dalam agama yang dianutnya, seperti sholat atau berpuasa.
- 2) Aspek ideologis, yaitu aspek yang mengukur tingkatan seseorang dapat menerima hal-hal yang bersifat dogmatis dalam agamanya, seperti menerima keberadaan Allah, Malaikat, Nabi.
- 3) Aspek intelektual, yaitu tentang seberapa jauh seseorang mengetahui, mengerti, dan paham tentang ajaran agamanya dan mau melakukan aktivitas untuk semakin menambah pemahamannya dalam hal keagamaan.
- 4) Aspek konsekuensi, yaitu berkaitan dengan komitmen dengan ajaran agamanya dalam kehidupan sehari-hari

3. Konsep Dasar Reputasi

Menurut Herbig menyatakan bahwa reputasi perusahaan dapat dilihat dari kompetensi Perusahaan tersebut dan keunggulannya dibandingkan para perusahaan kompetitor yang lain. pada dasarnya reputasi perusahaan merupakan penghargaan yang didapat oleh perusahaan karena adanya keunggulan-keunggulan yang ada pada perusahaan tersebut, yaitu kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga perusahaan akan terus dapat mengembangkan dirinya untuk

¹⁷ Wulandari dwiwiwati astogini wahyudin siti zulaikha, 'Aspek Religius Stimuli Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Sudi Tentang Labelisasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Kemasan)', *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Administrasi*, 13.1 (2019), 2.

terus dapat menciptakan hal-hal baru bagi pemenuhan kebutuhan konsumen. Disamping itu juga adanya integritas yang tinggi dari pihak penyedia jasa atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar perusahaan dapat memberikan pelayanan terbaik, kemampuan dari penyedia jasa untuk dapat menjalin hubungan kedekatan dengan konsumen agar perusahaan tersebut dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan konsumen yang bermacam-macam.¹⁸

Reputasi perusahaan juga berhubungan dengan sejarah atau riwayat perusahaan yang baik terutama dalam kaitannya dengan hubungan dengan pihak lain. Keyakinan akan adanya rasa percaya adalah karena suatu perusahaan meyakini bahwa partner kerjanya memiliki keandalan, integritas yang tinggi, kualitas yang baik, konsisten, kompeten, jujur, terbuka, dan bertanggung jawab.

a. Indikator Reputasi

Berdasarkan hal-hal yang telah disampaikan peneliti diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator-indikator reputasi perusahaan adalah :

1. Kompetensi perusahaan, dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, kompetensi didefinisikan sebagai kemampuan kerja yang mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh perusahaan.
2. Keunggulan Perusahaan, yaitu Suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan jika mempunyai karakteristik, seperti kompetensi khusus, misalnya memiliki mutu yang baik, mempunyai saluran distribusi yang lebih lancar, penyerahan produk yang lebih cepat dan memiliki merek produk yang terkenal.

¹⁸ herbig paul john milewis and jim golden, 'A Model of Reputation Building and Destruction', *Journal of Business Research*, 31 (1994).

3. Kepercayaan pelanggan terhadap Perusahaan, merupakan suatu kondisi yang didasari oleh keyakinan, kepercayaan, serta pengetahuan dari pelanggan tentang suatu produk atau layanan
4. Pengalaman Perusahaan, yaitu pengetahuan, keterampilan, yang dimiliki perusahaan untuk mengemban tanggung jawab.

b. Faktor faktor yang mempengaruhi Reputasi

Konsumen menilai reputasi sebuah perusahaan melalui lima faktor utama, yaitu sebagai berikut:¹⁹

1. Orientasi pelanggan (*customer orientation*). Merujuk pada persepsi konsumen atas kesediaan karyawan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan konsumennya.
2. Pemberi kerja yang baik (*good employer*). Merujuk pada persepsi konsumen mengenai bagaimana pihak perusahaan dan jajaran manajemen memperlakukan karyawannya dan memperhatikan kebutuhan mereka, dan harapan konsumen bahwa perusahaan memiliki karyawan yang kompeten.
3. Perusahaan dapat diandalkan dan kuat secara finansial (*reliable and financially strong company*). Merujuk pada persepsi konsumen terhadap perusahaan dalam hal kecakapan (*competence*), ketangguhan (*solidity*), dan kemampuan dalam menghasilkan laba (*profitability*), serta harapan konsumen bahwa perusahaan menggunakan sumber keuangannya dengan cara yang bijaksana sehingga berinvestasi di perusahaan tersebut dipersepsikan memiliki risiko yang kecil.
4. Kualitas produk dan jasa (*product and service quality*). Merujuk pada persepsi konsumen akan

¹⁹ walsh dkk, 'Examining the Antecedents and Consequences of Corporate Reputation: Costumer Perspective', *Journal of Management*, 2008.

kualitas, inovasi, nilai, dan kehandalan dari barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan.

5. Tanggung jawab sosial dan lingkungan (*social and environment responsibility*). Merujuk pada kepercayaan konsumen bahwa perusahaan memiliki peran positif terhadap masyarakat dan lingkungan secara umum.

4. Konsep Dasar Keputusan

Menurut Kotler keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilakukan konsumen.²⁰ Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

a. Indikator keputusan

Terdapat empat indikator dari keputusan pembelian konsumen, yaitu:²¹

1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk adalah dari konsumen setelah melakukan pembelian pada sebuah produk setelah mengetahui informasi yang baik dari sebuah produk tersebut.
2. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai merupakan melakukan pembelian karena sebuah merek ternama.

²⁰ philip kotler dan kevin lane keller, 'Manajemen Pemasaran', p. 234.

²¹ Kotler dan Keller Philip, *Manajemen Pemasaran Jilid I*, Edisi Kedu (Jakarta: PT. Lades, 2007).

3. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Merupakan konsumen yang membeli karena sebuah keinginan dan kebutuhan.
4. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain merupakan pembelian dari rekomendasi teman atau keluarga untuk membeli produk tersebut.

b. Faktor pengambilan keputusan

Ada dua faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan yang selanjutnya akan menentukan respon konsumen. Pertama adalah faktor yang terdapat dalam diri konsumen itu sendiri yaitu pikiran konsumen diantaranya meliputi kebutuhan, motivasi, persepsi, dan sikap, dan karakteristik konsumen yang meliputi gaya hidup dan kepribadian konsumen. Kedua adalah faktor lingkungan yang terdiri atas nilai dan budaya, pengaruh lintas budaya, kelas sosial, dan situasi lain.²²

5. Konsep Dasar Asuransi Jiwa Syariah

Asuransi jiwa adalah perjanjian asuransi yang memberikan jasa dalam penanggulangan risiko yang berkaitan dengan hidup atau meninggalnya seseorang. Asuransi jiwa ini meliputi asuransi jiwa, kesehatan dan kecelakaan. Asuransi jiwa memberikan perlindungan finansial kepada peserta asuransi dalam menghadapi bencana kematian dan kecelakaan yang menimpa peserta asuransi.

a. Tujuan Asuransi Jiwa Syariah

Seseorang yang ikut asuransi syariah sudah pasti memiliki tujuan tertentu, baik itu untuk mendapatkan perlindungan atas risiko, manfaat tabungan maupun

²² Suryani, 'Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran', in *Graha Ilmu*, p. 11.

manfaat-manfaat lain yang diberikan oleh perusahaan.

Tujuannya yaitu:

- a. Untuk memberikan perlindungan atas risiko yang ada terhadap peserta yang mengalami musibah, baik itu kesehatan maupun kematian, yaitu dengan memberikan klaim terhadap peserta maupun ahli waris yang ditinggalkan.
- b. Peserta akan mendapatkan tabungan beserta keuntungan dari investasi yang dilakukan perusahaan.

b. Kegiatan Usaha Asuransi Jiwa Syariah

Perusahaan asuransi dan reasuransi syariah dalam operasional kegiatan usahanya didasarkan atas akad-akad dalam Islam. Setiap asuransi jiwa syariah harus memiliki kegiatan usaha yang jelas, dan setiap asuransi jiwa syariah memiliki saving, investasi, dan juga perlindungan kesehatan. Ada beberapa kegiatan usaha yang dilakukan oleh setiap perusahaan asuransi jiwa syariah.

a. Perlindungan Biaya Rumah Sakit

Dalam asuransi jiwa syariah, perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha haruslah jelas. Perusahaan akan memberikan perlindungan biaya rumah sakit, baik itu biaya kamar, biaya pengobatan, biaya operasi, maupun biaya obat. Tidak hanya sampai di situ, peserta juga

mendapatkan biaya rawat jalan setelah keluar dari rumah sakit.

b. Perlindungan Biaya Risiko Kecelakaan

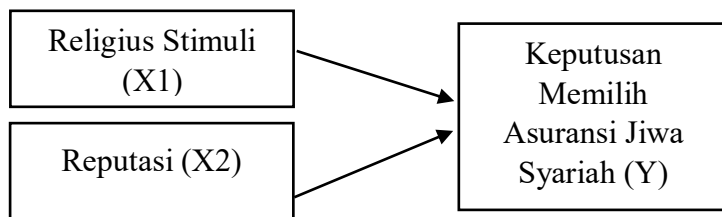
Perusahaan asuransi jiwa syariah tidak hanya melindungi biaya risiko rumah sakit, tetapi juga memberikan perlindungan biaya risiko kecelakaan. Peserta asuransi akan mendapatkan klaim jika mengalami kecelakaan, baik itu cacat total maupun tidak yang akan disesuaikan dengan akad awalnya.

c. Meninggal Dunia

Ahli waris peserta akan mendapatkan klaim dari perusahaan jika peserta meninggal dunia, baik itu karena sakit maupun karena kecelakaan.

B. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori, tujuan penelitian, dan hasil penelitian sebelumnya serta permasalahan yang telah dikemukakan, maka sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis dalam penelitian ini, berikut disajikan kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 1. 1 kerangka pemikiran penelitian

Secara konseptual dapat didefinisikan, penulis mengkategorikan faktor yang menjadikan seseorang memilih

jasa asuransi jiwa syariah adalah faktor Religius stimuli dan faktor Reputasi Dalam perusahaan jasa, memberikan pelayanan prima kepada konsumen merupakan hal terpenting. Selain itu, faktor reputasi merupakan persepsi konsumen mengenai nama baik perusahaan. Reputasi yang baik akan membuat konsumen lebih terjamin bila ada kendala-kendala. Selain factor tersebut dorongan dari internal konsumen juga dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Salah satu dorongan tersebut adalah religius stimuli merupakan dorongan agama yang mempengaruhi pengaruhi keputusan konsumen yang mencakup kehalalan, pemahaman produk dan ketaatan terhadap agama.

C. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara dari masalah penelitian, dimana rumus masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.²³ Jadi hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap masalah penelitian yang akan diuji kebenarannya, sehingga hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

1. Pengaruh Religius Stimuli Terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih asuransi jiwa syariah kota Bandar Lampung

Agama memberikan pedoman ajaran mengenai apa yang boleh dilakukan dan apa yang dilarang untuk dilakukan termasuk dalam berasuransi. Dalam perusahaan asuransi syariah tentunya semua produk yang diberikan dan segala transaksinya sudah sesuai dengan syariah islam sehingga terbebas dari riba, gharar dan maisir serta dijamin kehalalnya. menyimpulkan bahwa semakin religius keagamaan seseorang maka nasabah akan semakin berminat untuk memilih lembaga syariah.²⁴ Berdasarkan

²³ sugiono, 'Metopen Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D', p. 63.

²⁴ Fauzan.

uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₁: Religius Stimuli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan nasabah dalam memilih Asuransi Jiwa Syariah Kota Bandar Lampung

2. Pengaruh Reputasi Terhadap Keputusan nasabah dalam memilih Asuransi Jiwa Syariah Kota Bandar Lampung

Reputasi adalah pandangan konsumen/publik terhadap perusahaan untuk menilai baik atau buruknya perusahaan tersebut yang dipandang secara global. Reputasi yang baik menjadikan konsumen berasumsi baik mengenai kualitas produk perusahaan. Reputasi yang dimiliki oleh perusahaan asuransi syariah selama berdiri hingga sekarang berpengaruh kuat dalam menjadi daya tarik masyarakat untuk memilih jasa asuransi syariah tertentu. Tidak adanya masalah yang sering dialami oleh nasabah dalam hal transaksi, klaim atau lainnya tentu saja secara otomatis mempengaruhi penilaian masyarakat terhadap kredibilitas suatu perusahaan asuransi syariah. Menurut Hidayatillah²⁵ Reputasi mempengaruhi keputusan pembelian. Artinya jika reputasi perusahaan semakin baik maka akan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan nasabah dalam Memilih Asuransi Jiwa Syariah Kota Bandar Lampung.

²⁵ hidayatillah intan sri suryoko dan bulan prabawani, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi, Dan Harga Premi Asuransi Terhadap Keputusan Pemegang Polis Dalam Memilih Asuransi Bumiputera 1912 (Studi Kasus Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Askum Semarang)', 2015.

3. Pengaruh Simultan Religius Stimuli dan Reputasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Jiwa Kota Bandar Lampung

Simultan merupakan sesuatu yang terjadi atau dilakukan pada waktu yang bersamaan yang tidak saling menunggu (Dr.Aso Sentana : 2006). Simultan adalah pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel-variabel bebas jika digabungkan terhadap variabel terikat. Dalam istilah statistik pengaruh simultan sendiri digambarkan dengan uji F. Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut: jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara simultan kedua variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi signifikan). Ini berarti bahwa secara simultan kedua variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Ketentuan dan penerimaan hipotesis dapat juga dilakukan dengan cara melihat F hitung dan F tabel. (Ghozali, 2013) duga pertumbuhan, ukuran perusahaan, struktur modal dan profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₃: Religius Stimuli dan Reputasi berpengaruh Simultan terhadap Keputusan nasabah dalam Memilih Asuransi Jiwa Syariah Kota Bandar Lampung

DAFTAR RUJUKAN

- ‘Al-Quran Kemenag’
- Ali, Hasan, ‘Asuransi Perspektif Hukum Islam, Suatu Tinjauan Analisis Historis, Teoritis Dan Praktis’, in *Pernada Media*, p. 59
- Amrin, Abdullah, ‘Asuransi Syariah Keberadaan Dan Kelebihannya Di Tengah Asuransi Konvensional’
- Arijulmanan, ‘Asuransi Syariah (Takaful)’, *Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 324
- arisma afriana sari, ‘Pengaruh Religius Stimuli Terhadap Minat Memilih Asuransi Jiwa Syariah Bumi Putera Sidoarjo’, 2019
- Aziz, Bahrul, ‘Korwil 2 Di PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Kantor Cabang Lampung, Wawancara’
- Azwar, Saifuddin, ‘Sikap Dan Perilaku Dalam: Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya’, in *Pustaka Pelajar*
- bambang prasetyo dan lina miftahul jannah, ‘Metode Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi’, 137
- djamaluddin ancok, fuad nashori suroso, ‘Psikologi Islam’, in *Pustaka Pelajar*, p. 76
- Fauzan, M, ‘Determinan Anlysis of Non Muslim Choose PT Bank Syariah Indonesia, Tbk In Pematangsiantar’, 8.1 (2023)
- ghozali imam, ‘Aplikasi Analisi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19’, in *Cetakan Kelima, Badan Penerbit Universitas Diponegoro*
- herbig paul john milewis and jim golden, ‘A Model of Repotation Building and Destruction’, *Journal of Business Research*, 31 (1994)
- hidayatillah intan sri suryoko dan bulan prabawani, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi, Dan Harga Premi Asuransi Terhadap Keputusan Pemegang Polis Dalam Memilih Asuransi Bumiputera 1912 (Studi Kasus Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Askum Semarang)’, 2015
- kuat ismanto, ‘Asuransi Perspektif Muqasid Asy-Syariah’, in *Pustaka Pelajar*, p. 24
- lina marlina, ‘Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Tasikmalaya’, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7.1 (2020)
- m radiansyah, ‘Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Pada Minat Nasabah Non Muslim Terhadap Bank Syariah (PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kota Pematangsiantar)’, 1.2 (2020)

- mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*
 Masyuhri, nur asnawi dan, 'Metodologi Riset Manajemen Pemasaran'
 muslim A Kadir, 'Ilmu Islam Terapan', in *Pustaka Pelajar Offset*,
 2003, p. 216
- nia kania, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pengetahuan Konsumen
 Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Asuransi
 Syariah PT. Prodenial Life Bandung', *Jurnal Fakultas Syariah
 Universitas Islam Bandung*, 2020, 768
- philip kotler dan gary armstrong, 'Prinsip-Prinsip Pemasaran', in
Erlangga, p. 181
- Philip, Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I*, Edisi Kedu
 (Jakarta: PT. Lades, 2007)
- philip kotler dan kevin lane keller, 'Manajemen Pemasaran', p. 234
- Radiansyah, M, 'Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Pada
 Minat Nasabah Non Muslim Terhadap Bank Syariah (PT Bank
 Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kota
 Pematangsiantar)', 1.2 (2020)
- ridwan sunarto, *Pengantar Statistik*
- rifa'atul machmudah, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat
 Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi
 Pada Bank Cimb Niaga Syariah Cabang Semarang)', 2019
- rifai N, 'Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Minat Menjadi
 Nasabah Bank Syariah', *Joernal of Finance and Islamic
 Banking*, 92–112
- Rumyani, Handayani, 'Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi
 Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pinjaman Pada KSU
 Jati Diri Simo Boyolali', *Jurnal Graduasi*, 30 (2013)
- sanusi anwar, 'Metodologi Penelitian Bisnis Jakarta Selatan', in
Salemba Empat
- simonangkir, 'Pengantar Lembaga Keuangan Bank Dan Non Bank', in
Ghalia Indonesia, p. 175
- Soemitra, Andri, 'Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah', in *Edisi 2*,
 p. 250
- sugiono, 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D', p. 145
 ———, 'Metopen Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D', p.
 63
- sugiyono, 'Metode Penelitian Bisnis', pp. 12–13
 ———, 'Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D', p.
 142
- sulistyowati, 'Dinamika Dan Probematika Asuransi Syariah
 (Mekanisme Kerja Asuransi Syariah Dan Prosedur Pembayaran
 Klaim)', *Jurnal El-Qist Fakultas Syariah STAIN Kediri*, 2.2, 342

- Suryani, 'Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran', in *Graha Ilmu*, p. 11
- tariza putri maliyana, 'Analisis Religius Stimuli Dan Bagi Hasil Minoritas Etnis China Non Muslim Menjadi Nasabah Di Kota Palembang', 14.1 (2019)
- ummi marzuqoh, 'Anilisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Berinteraksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di BRI Syariah KCP Ngronggo Kediri)', 2017
- walsh dkk, 'Examining the Antecedents and Consequences of Corporate Reputation: Costumer Perspective', *Journal of Management*, 2008
- widiya lestari, 'Minat Nasabah Dalam Memilih Asuransi Syariah', 2019
- v. wiratna sujarweni, 'Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi', in *Pustaka Baru Press*, p. 34
- Wulandari dwiwiwati astogini wahyudin siti zulaikha, 'Aspek Religius Stimuli Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Sudi Tentang Labelisasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Kemasan)', *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Administrasi*, 13.1 (2019), 2
- zainuddin, 'Hukum Asuransi Syariah', in *Sinar Grafika*, p. 65
- Zainudin, Ali, *Hukum Asuransi Syariah*