

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia dalam hidupnya selalu dihadapkan pada peristiwa yang tidak terduga akan terjadi, yang dapat menimbulkan kerugian-kerugian baik bagi perorangan maupun perusahaan, sehingga banyak orang ingin mengelak dari risiko dengan alasan selalu ingin aman dan hidup tentram. Kemanapun mengelak dari risiko, maka disitupun akan menemukan risiko yang lainnya. Risiko merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan kehidupan, karena segala aktivitas pasti mengandung risiko. Risiko merupakan kemungkinan terjadinya suatu kerugian yang tidak diduga atau tidak diinginkan. Jadi merupakan ketidakpastian atau kemungkinan terjadinya sesuatu, yang apabila terjadi mengakibatkan kerugian.¹

Manusia tidak dapat mengetahui apa yang akan ia perbuat esok hari, dan manusiapun tidak mengetahui di bumi mana ia meninggal dunia. Manusia setiap waktu dihadapkan dengan sederet bahaya yang mengancam jiwa, harta, kehormatan, agama, dan tanah airnya. Manusia juga dihadapkan dengan beragam risiko kecelakaan, mulai dari kecelakaan transportasi udara, kapal hingga angkutan darat dengan beragam jenisnya, ditambah kecelakaan kerja, kebakaran, perampokan, pencurian, sakit

¹ Soeisno Djojosedarso, *Prinsip-Prinsip Manajemen Risiko dan Asuransi*, Jakarta: Salemba Empat, 2003, hlm. 2.

hingga kematian. Belum lagi ditambah dengan ancaman mental, seperti kegelisahan mental, ancaman globalisasi ekonomi, dan lain sebagainya.²

Usaha untuk mengatasi sifat alamiah yang berwujud sebagai suatu keadaan yang tidak pasti tadi, antara lain dilakukan oleh manusia dengan cara menghindari dan melimpahkannya kepada pihak-pihak lain di luar dirinya sendiri.³

Usaha dan upaya manusia untuk menghindari risikonya dilakukan dengan cara melimpahkannya kepada pihak lain, maka pilihan yang paling tepat terdapat pada institusi yang bernama asuransi.⁴

Menurut paham ekonomi, Asuransi merupakan suatu lembaga keuangan karena melalui asuransi dapat dihimpun dana besar, yang dapat digunakan untuk membiayai pembangunan, di samping bermanfaat bagi masyarakat yang berpartisipasi dalam bisnis asuransi, serta asuransi bertujuan memberikan perlindungan atau proteksi atas kerugian keuangan (*financial loss*), yang ditimbulkan oleh peristiwa yang tidak diduga sebelumnya (*fortuitous event*).⁵

Pada dasarnya perusahaan asuransi dalam kegiatannya, secara terbuka mengadakan penawaran atau menawarkan suatu perlindungan atau proteksi serta harapan pada masa yang akan datang kepada individu atau kelompok-kelompok dalam masyarakat atau institusi-institusi lain,

² Husain Syahatah, "Asuransi Dalam Perspektif Syariah", Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2006, hlm. 01.

³ Sri Rejeki Hartono, *Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

⁴ Husain Syahatah, *Op.Cit*, hlm. 7.

⁵ Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta: Salemba Empat, 2006, hlm. 177.

atas kemungkinan menderita kerugian lebih lanjut karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak tertentu atau belum pasti. Disamping itu, perusahaan asuransi juga memberikan jaminan atas terpenuhinya pendapatan seseorang, karena tempat dimana yang bersangkutan bekerja tetap terjamin kelangsungan kehidupannya. Dengan demikian dapat dikatakan kehadiran perusahaan asuransi dalam masyarakat itu jauh lebih bermanfaat bagi semua pihak dibandingkan dengan ketidakhadirannya.⁶

Asuransi syaria'ah menurut Dewan Syariah Nasional No.21/DSN-MUI/X/2001 adalah usaha untuk saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang melalui investasi dalam bentuk aset dan atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko/bahaya tertentu melalui akad yang sesuai dengan syariah.⁷

Pada hakikatnya, secara teoritis semangat yang terkandung dalam sebuah lembaga asuransi tidak bisa dilepaskan dari semangat sosial dan saling tolong-menolong antara sesama manusia.⁸

Di Indonesia yang merupakan negara dengan penduduk mayoritas beragama muslim, penerapan sistem asuransi dilakukan dengan ketentuan syariah.

Sebagian besar perusahaan-perusahaan asuransi di Indonesia sudah mulai mengeluarkan produk asuransi syariah. Salah satunya AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang.⁹

⁶ Sri Rejeki Hartono, *Op.Cit.* hal. 7.

⁷ *Fatwa-Fatwa Dewan Syariah Nasional Nasional MUI revisi 2006*

⁸ AM. Hasan Ali, *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam*, Jakarta: Kencana, 2004, hlm 7.

⁹ File Modul AJB Bumiputera 1912

Produk asuransi syariah telah diperkenalkan pada tahun 1994. Perusahaan asuransi pelopor asuransi berbasis syariah itu sendiri adalah asuransi Takaful yang berdiri pada tahun 1994. Asuransi syariah berkembang pesat pada tahun 2008 yang ditandai dengan banyaknya pemilik modal yang berani melakukan investasi. Selain itu, perusahaan asuransi pun banyak menambah produk asuransi syariah ke dalam tawaran produk mereka.

Berdasarkan data yang ada, nasabah AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Semarang meningkat dari tahun ke tahun, ini dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

**Perkembangan AJB Bumiputera Syariah 1912 Cabang Semarang
dalam Jutaan (Jt)**

Keterangan	Tahun 2008	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011
Pendapatan Premi	106.207	194.540	330.212	605.439
Pembayaran Klaim	12.876	16.217	18.954	19.384
Pemegang Polis	157	459	797	1.130

Sumber : Data AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Semarang

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa *premi* dan kepercayaan masyarakat meningkat dari tahun ke tahun. Pembayaran *klaim* terbayar, sebagai bukti bahwa Bumiputera mengutamakan kewajibannya serta tertinggi dalam memenuhi kewajibannya.¹⁰

¹⁰ *Sumber data AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang*

Dilihat dari segi jumlah pemegang polis yang terus meningkat dari tahun ketahun adalah bukti bahwa kepercayaan masyarakat yang tinggi kepada perusahaan serta perusahaan terbukti sangat mengutamakan pelayanan.¹¹

PERTUMBUHAN “ASSETS” ASURANSI SYARIAH di Indonesia

NO	NAMA PERUSAHAAN	ASSETS (dim Jt Rp)					
		2006	2007	Growth	2008	Growth	2009
Asuransi Syariah				%		%	
1	PT. As. Takaful Keluarga	108.763	111.706	102,71%	205.078	183,59%	291.789
2	PT. As. Syariah Mubarakah	4.908	2.924	59,58%	18.556	0,00%	82.478
	Sub Total	113.671	114.630	100,84%	223.634	195,09%	374.267
PREMI NETTO CABANG ASURANSI JIWA DENGAN PRINSIP SYARIAH							
ASURANSI CABANG SYARIAH				%		%	
1	AJB Bumiputera 1912	48.142	93.236	193,67%	118.742	127,36%	152.545
2	PT AJ Bringin Jiwa Sejahtera	14.208	12.395	87,24%	24.375	196,65%	27.365
3	PT MAA Assurance	5.426	9.485	174,81%	16.324	172,10%	11.776
4	PT As. Allianz Life Ind	-	15.735	0,00%	72.552	461,09%	197.048
5	PT BNI Life Insurance	871	3.262	374,51%	6.283	192,61%	13.101
6	PT Panin Life Tbk	192	1.558	0,00%	5.110	327,98%	12.293
7	PT Asuransi Sinar Mas	594	1.603	269,87%	2.203	137,45%	13.446
8	PT AJ Great Eastern	1.020	452	44,31%	234	51,75%	1.280
9	PT Asuransi AIA Indonesia	-	89	0,00%	48.061	54001,12%	55.457
10	As. Jiwa Mega Life				82	0,00%	3.104
11	PT. Prudential Indonesia				409.731	0,00%	844.172
12	Equity Life Indonesia				33	0,00%	87
13	AJ Central Asia Raya				363	0,00%	3.741
	Total Asuransi Syariah	70.453	137.815	195,61%	704.093	510,90%	1.335.413
	Total Hasil Investast As. Syariah & Cabang Syariah	184.124	252.445	137,11%	927.727	367,50%	1.709.680

Sumber: Data AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang

Dari data tabel di atas dapat dilihat bahwa total asset yang paling terbesar adalah AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang. Ini terbukti bahwa banyak nasabah yang berminat dan memilih AJB Bumiputera 1912 Cabang syariah Semarang dibandingkan dengan asuransi syariah lainnya

¹¹ *Ibid*

Perkembangan AJB Bumiputera 1912 syariah tidak hanya terlihat dari tabel di atas saja, namun juga dari sisi sistem dan layanan. Keberhasilan sistem dalam asuransi syariah hingga sekarang ini karena didukung oleh kualitas dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Oleh sebab itu faktor-faktor pengambilan keputusan dari nasabah dalam menggunakan asuransi syariah sangat penting diperhatikan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut. Diminati 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, produk, lokasi, pelayanan, dan promosi.¹² Termasuk juga didalamnya *religijs stimuli* yang merupakan faktor pengetahuan dan pengamalan keberagaman yang mendorong seseorang untuk memilih asuransi syariah.¹³

Faktor lain yang mendorong seseorang berminat menjadi nasabah pada sebuah asuransi adalah reputasi. Suatu lembaga yang mempunyai reputasi yang baik akan dipercaya oleh nasabahnya. Sebuah lembaga dipandang mempunyai reputasi apabila lembaga itu diakui dan dipercaya

¹² Moch Darsyah Sinungan, *Manajemen Dana asuransi*, Jakarta: Rineka Cipta, 1990, hlm 88.

¹³ Anita Rahmawaty, *Analisis Pemicu Perbedaan Motivasi Nasabah Berafiliasi Antara asuransi Konvensional dan asuransi Syari'ah di Semarang*, Kumpulam Makalah ACIS "Penguatan Peran Perguruan Tinggi Agama Islam Dalam Meningkatkan Daya Saing Bangsa" Palembang, 2008., hlm 48.

sebagai perusahaan jasa dengan nama baiknya di mata masyarakat.¹⁴ Mekanisme dalam sebuah lembaga syariah dengan menggunakan sistem *Profit sharing* (bagi hasil), nampaknya menjadi salah satu alternatif bagi nasabah untuk berinvestasi. Salah satu karakteristik AJB Bumiputera 1912 Cabang syariah adalah *profit sharing* (bagi hasil). Jika dalam mekanisme konvensional menggunakan instrument bunga, maka dalam mekanisme ekonomi islam dengan menggunakan instrument *profit sharing* (bagi hasil). Bagi hasil menurut terminologi asing dikenal dengan *profit sharing*. *Profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Secara definitif *profit sharing* diartikan: “distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan”.¹⁵ Serta promosi yang merupakan faktor penentu bagi minat nasabah, apakah produk yang dipasarkan dapat diterima oleh masyarakat luas atau tidak.

Ada juga faktor selain yang disebutkan diatas yang menjadi minat nasabah memilih AJB Bumiputera 1912 karena tidak mengenal istilah dana hangus layaknya asuransi konvensional. Peserta asuransi syariah bisa mendapatkan uangnya kembali meskipun belum datang jatuh tempo. Karena konsepnya adalah wadiah (titipan), dana dikembalikan dari rekening peserta yang telah dipisahkan dari rekening tabarru'. Biaya operasional ditanggung pemegang polis asuransi, pada kisaran 30% dari premi, sehingga

¹⁴ Iis Maryani, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Asuransi Syariah (Studi kasus pada nasabah Asuransi Jiwa Mega Life Cabang Yogyakarta)*, Semarang: Skripsi UNDIP Manajemen, 2005, hlm 23.

¹⁵ Drs. Muhamad, M. Ag., *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: AMPYKPN, 2002, hlm 101.

pembentukan pada nilai tunai cepat terbentuk di tahun pertama dengan memiliki nilai 70% dari premi.

Dari penjelasan latar belakang di atas, penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul: **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MINAT NASABAH MEMILIH ASURANSI SYARIAH (Studi pada Nasabah AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan sebelumnya, penulis merumuskan permasalahan yang akan di bahas dalam penelitian ini yaitu:

Faktor-faktor apa saja yang mendorong minat nasabah dalam memilih AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui faktor apa saja yang mendorong minat nasabah Asuransi Syariah pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang?

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang, sebagai evaluasi agar dapat meningkatkan minat nasabah dan mutu pelayanan.

2. Bagi Program Studi Ekonomi Islam, IAIN Walisongo Semarang, untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat guna memperoleh gelar sarjana.
3. Sebagai bahan referensi dan informasi bagi mahasiswa IAIN Walisongo khususnya bagi jurusan Ekonomi Islam.

E. Telaah Pustaka

1. *Penelitian Helmy Sahab (2002). “Analisis Minat Konsumen Terhadap Pembelian Asuransi Kumpulan Pada AJB Bumiputera 1912 (Studi Kasus di Jawa Tengah)”* menyimpulkan bahwa penilaian kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen dan tinggi rendahnya persepsi konsumen atas reputasi perusahaan mempengaruhi minat beli konsumen atas produk-produk yang ditawarkan.
2. Fauziah Susilowati (2009). “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pilihan Masyarakat berasuransi (Studi Kasus pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Surakarta)*”. Menyimpulkan bahwa jumlah tanggungan (JT) dan persepsi masyarakat terhadap asuransi syariah berpengaruh terhadap probabilitas pilihan masyarakat berasuransi di asuransi syariah, sedangkan variabel independen yang tidak signifikan pada taraf 5% mempengaruhi pilihan berasuransi syariah. Hal ini menunjukkan bahwa minat nasabah dalam berasuransi syariah dapat memutuskan pilihannya didasarkan pada persepsi masyarakat yang begitu besar terhadap asuransi syariah.

3. Rifa'atul Mahmudah (2009). "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang)*". Menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank secara *parsial* dan *simultan*, dapat dijelaskan sebagai berikut:

Variabel lokasi (X_1) 0,127, Variabel pelayanan (X_2) 0,222, Variabel *religijs stimuli* (X_3) 0,079, Variabel reputasi (X_4) 0,122, Variabel *profit sharing* (X_5) 0,237, Variabel promosi (X_6) 0,185 variabel-variabel tersebut secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang.

Variabel lokasi, pelayanan, *religijs stimuli*, reputasi, *profit sharing*, dan promosi secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap meningkatnya minat nasabah non-muslim menjadi nasabah bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang. Dengan besaran pengaruhnya adalah 95,4%.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini penelitian lapangan (*field research*) karena data yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung dari AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang.¹⁶

2. Populasi dan Sampel

a) Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁷ Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah nasabah asuransi syariah pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Semarang yang sampai bulan Desember 2011 berjumlah 1130 nasabah.

b) Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti.¹⁸ Adapun tehnik penentuan sampel adalah menggunakan rumus Slovin :

¹⁶ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, , Yogyakarta: UGM Press, cet ke-6, 1991, hlm. 31.

¹⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*, Bandung: Alfabeta, 2008, hlm. 80.

¹⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1998, hlm 117.

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

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolelir, misal 2%.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kelonggaran 10%, sehingga didapat jumlah sampel sebagai berikut : Jumlah nasabah AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang 1130 orang, maka:

$$n = \frac{1130}{1 + 1130 \cdot 0,1^2} = 91,87 = 92$$

Dari hasil perhitungan diatas, maka sampel penelitian ini adalah sebanyak 92 responden AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang.

3. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan maka peneliti menggunakan beberapa teknik pengambilan data sebagai berikut:

a. Dokumentasi

Di dalam melaksanakannya metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, brosur dan sebagainya.¹⁹ Hal ini dilakukan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan faktor minat nasabah memilih asuransi syariah, gambaran umum perusahaan, serta data-data lain yang berhubungan dengan pokok penelitian.

Adapun sifat dokumen yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah dokumen resmi internal, yaitu dokumen yang dikeluarkan dan dimiliki oleh pihak AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang.

b. Angket atau Kuesioner (*Questionnaires*)

Teknik pengumpulan data dengan menyusun daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diajukan kepada responden sampel yang akan diteliti.

Jumlah pertanyaan yang ada diambil dari masing-masing item yang diperoleh dari masing-masing indikator. Angket diberikan langsung kepada responden dengan tujuan agar lebih efektif dan efisien menjangkau jumlah sampel dan mudah memberi penjelasan berkenaan dengan pengisian angket tersebut.

¹⁹ *Ibid*, hlm. 158

Instrumen yang digunakan untuk mengetahui jawaban responden dengan menggunakan 5 kriteria.²⁰ Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu :

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. N : Netral
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

c. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diharapkan pada suatu masalah yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara dan yang diwawancarai.²¹ Adapun teknik wawancara yang digunakan oleh peneliti dalam hal ini adalah teknik wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.²² Dalam pelaksanaannya, peneliti mewawancarai nasabah AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang.

²⁰ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006, hlm 65.

²¹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet, X, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005, hlm.3.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2010, hlm.197.

4. Metode Analisis Data

Setelah data terkumpul kemudian dilakukan analisis data dengan metode deskriptif analisis yang kemudian dihitung, diikhtisarkan dalam penyajian data, selanjutnya adalah menganalisa data dari hasil yang telah diperoleh dari sumbernya.²³ Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis yang menggambarkan keadaan atau status fenomena untuk memperoleh kesimpulan. Dalam hal ini, penelitian yang dilakukan peneliti adalah memecahkan masalah serta memberikan deskripsi yang berkaitan dengan objek penelitian. Sebagai langkah penutup adalah pengambilan kesimpulan, yang mana pengambilan kesimpulan itu merupakan akhir proses dari sebuah penelitian, dari pengambilan kesimpulan ini akhirnya akan terjawab pertanyaan yang ada dalam rumusan masalah di dalam latar belakang masalah.

G. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bab ini terdiri dari: Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

²³ Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, edisike-7, Bandung: Tarsito,1990, hlm.110.

BAB II Tinjauan Umum Tentang Minat Dan Asuransi Syariah

Bab ini terdiri dari: Pengertian Asuransi Syariah, Dasar Hukum Asuransi Syariah, Prinsip-prinsip Asuransi Syariah, Pengertian Minat, Faktor-Faktor Minat Nasabah

BAB III Gambaran Umum AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang

Bab ini terdiri dari: Latar Belakang Berdirinya AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang, Lahirnya AJB Bumiputera Syariah, Struktur Organisasi Perusahaan, Deskripsi Jabatan AJB Bumiputera Syariah, Visi dan Misi, Asas, Tujuan dan Usaha, Penghargaan dan Apresiasi AJB Bumiputera 1912 Semarang, Produk AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang dan Deskripsi Nasabah AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang.

BAB IV Analisis Faktor-Faktor Minat Nasabah Memilih Asuransi Syariah

A. Analisis Faktor-Faktor Minat Nasabah AJB Bumiputera 1912 Cabang Semarang

1. Faktor Emosional (faktor internal) terdiri dari:

- a. Faktor Pelayanan
- b. Faktor *Religius Stimuli* (keagamaan)
- c. Faktor *Profit Sharing* (bagi hasil)

2. Faktor Motif Sosial (faktor eksternal) terdiri dari:
 - a. Faktor Reputasi
 - b. Faktor Promosi
 - c. Faktor Lokasi

BAB V Penutup

Bagian ini terdiri dari kesimpulan, saran yang diharapkan ada manfaatnya bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca.