

**PENGARUH LITERASI ASURANSI, PENDAPATAN, PROMOSI
DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
ASURANSI SYARIAH**

(Studi Generasi Milenial di Wilayah Kota Semarang)

SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata S.1 dalam Ilmu Akuntansi Syariah**



Oleh:

YULIA ASMI AZIZAH

(1905046004)

**AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
2023**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

An.Sdri.Yulia Asmi Azizah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah Skripsi.

Nama : Yulia Asmi Azizah

NIM : 1905046004

Jurusan : Akuntansi Syariah

Judul Skripsi : **PENGARUH LITERASI ASURANSI, PENDAPATAN, PROMOSI DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN ASURANSI SYARIAH (Studi Generasi Milenial di Wilayah Kota Semarang)**

Demikian ini saya mohon kiranya Skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqsyahkan.

Demikian atas perhatiannya, harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, April 2023

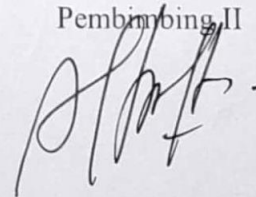
Pembimbing I



Dr. Muhammad Saifullah, M.Ag

NIP. 19700321 199603 1 003

Pembimbing II



Naili Sa'adah, SE., M.Si., AK.

NIP. 19880331 201903 2 012

PENGESAHAN

Nama : Yulia Asmi Azizah
NIM : 1905046004
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : **Pengaruh Literasi Asuransi, Pendapatan, Promosi, dan Religiusitas terhadap Minat Menggunakan Asuransi Syariah (Studi Generasi Milenial di Wilayah Kota Semarang)**

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS pada:

Hari : Senin
Tanggal : 19 Juni 2023

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana (Strata Satu/S1) dalam Ilmu Akuntansi Syariah.

Semarang, Juni 2023

Dewan Penguji

Ketua Sidang

Prof. Dr. H. Mushhadi, M.Ag.
NIP. 19690709 199403 1 003

Sekretaris Sidang

Dr. Muhammad Saifullah, M.Ag.
NIP. 19700321 199603 1 003

Penguji I

Firdha Rahmawanti, M.A.
NIP. 19910316 201903 2 018

Penguji II

Siti Nurgaini, S.Sos.I, M.Si.
NIP. 19831201 201503 2 004

Pembimbing I

Dr. Muhammad Saifullah, M.Ag.
NIP. 19700321 199603 1 003

Pembimbing II

Naili Sa'adah, SE., M.Si., AK.
NIP. 19880331 201903 2 012



MOTTO SKRIPSI

وَمَنْ جَاهَدَ فَإِنَّمَا يُجَاهِدُ لِنَفْسِهِ إِنَّ اللَّهَ لَغَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

“Jika kamu sungguh-sungguh berbuat kebaikan berarti kamu berbuat kebaikan pada dirimu sendiri, dan apabila kamu berbuat kejahatan, maka kejahatan itu untuk dirimu sendiri”

(QS. Al-Ankabut : 6)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) ini dengan baik. Tak lupa pula Shalawat beriring salam senantiasa penulis haturkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Dengan penuh rasa syukur dan bahagia atas terselesaikannya karya ilmiah skripsi ini, maka penulis ingin mempersembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku Bapak Nur Hamid dan Ibu Ijah Wati yang sangat saya cintai dengan sepenuh hati, telah membesarkan serta mendidik saya dengan penuh rasa cinta dan kasih sayang. Terimakasih selalu memberi semangat dan dukungan baik moril maupun materil, serta selalu mendoakan kesuksesan anak-anaknya.
2. Adik saya Ulanda Hamidatus Sa'diyah yang sangat saya sayangi, terimakasih atas dukungan dan selalu menjadi penyemangat dalam setiap langkah pendidikan saya hingga menempuh jenjang sarjana ini. Semoga kita bisa menjadi anak-anak yang berbakti serta dapat membanggakan kedua orang tua.
3. Keluarga besar saya Alm. Kakek, Nenek dan semua yang selalu memberi semangat serta doa agar saya selalu diberi kemudahan, kesehatan dan kelancaran dalam menyelesaikan perkuliahan.
4. Dedi Irawan terimakasih telah menemani saya dari awal perkuliahan hingga saya bisa menyelesaikan kuliah ini. Terimakasih selalu memberi semangat dan menguatkan saya untuk terus berjuang, selalu menjadi tempat saya untuk berkeluh kesah dan terimakasih telah menerima segala kekurangan saya. Semoga kita bisa sukses bersama dimasa depan.
5. Sahabat bar-barku Anna Zahiroh, Annisa Azzahra, Afik Afifah Nasution, Irma Khoirin Nisa, dan Nurul Putri yang sangat kusayangi. Terimakasih selalu menjadi sahabat yang baik, selalu menemani dan memberikan semangat disetiap langkah, selalu belajar bersama untuk menjadi lebih baik.
6. Sahabatku yang dirumah yang sangat kusayangi. Ovi Nurjannah, Nora Dwi Astuti, Rizka Anggraini, Revina Eksa Putri, Saffa Atun, dan Zainal Mutaqin terimakasih kalian selalu menemani saya selama bertahun-tahun ini, selalu menjadi sandaran disaat saya lemah, kalian selalu baik dan selalu menyemangati saya untuk terus berjuang menyelesaikan perkuliahan saya. Semoga persahabatan kita akan terus baik selamanya.

7. Sahabat KKN ku yang sangat kusayangi. Kartika Cahyani, Dini Syamarina, Hervintari Gebi, dan Erni Apriliana terimakasih kalian selalu menemani, selalu memberi semangat, dan selalu memberi canda tawa. Terimakasih meskipun pertemuan kita belum cukup lama tapi kalian bisa menjadi sahabat yang baik.
8. Teman-teman satu angkatan tahun 2019 terkhusus AKS-A terimakasih karena telah menjadi teman seperjuangan yang baik di bangku perkuliahan ini. Dan terimakasih atas kebersamaannya selama ini.

DEKLARASI

Dengan penuh keyakinan, kejujuran serta tanggung jawab, maka penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi teori yang pernah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain. Demikian pula skripsi ini tidak berisi argumen-argumen orang lain, terkecuali beberapa sumber informasi yang terdapat dalam referensi skripsi ini yang dijadikan sebagai bahan rujukan.

Semarang, Juni 2023
Deklarator



Yulia Asmi Azizah
NIM. 1905046004

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah hal penting dalam skripsi karena pada dasarnya terdapat beberapa istilah Arab, nama instansi/lembaga, nama orang, judul buku dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan menggunakan huruf Arab dan harus disalin kedalam huruf Latin. Maka untuk menjamin konsistensinya, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

Fonem konsonan dalam sistem tulisan Bahasa Arab dilambangkan dengan huruf, dalam penjabaran transliterasi ini sebagian akan dilambangkan menggunakan huruf, sebagian lagi dengan tanda, dan sebagian lain dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini terdapat daftar huruf-huruf Arab disertai Translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	za (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	Wc
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal adalah bahasa Arab layaknya vokal bahasa Indonesia, yang terdiri terdiri atas vokal tunggal (monoflog) dan vokal rangkap (diftong).

a. Vokal Tunggal (monoflog)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap (diftong)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اي	Fathah dan ya'	Ai	a-i
او	Fathah dan wau	Au	a-u

C. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau yang biasa disebut tasydid dalam sistem penulisan Arab dilambangkan dengan satu buah tanda, yaitu tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah dilambangkan dengan huruf konsonan ganda (ّ).

D. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (ال) ditulis dengan “al”. Misalnya الصناعة = al-shina’ah. Al ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

E. Ta Marbutah

Setiap ta’ marbutah ditulis dengan “h” misalnya الطبيعية المعيشة = al-ma’isyah al-thabi’iyah.

ABSTRAK

Dalam kehidupan kita akan selalu dihadapkan dengan peristiwa-peristiwa dan juga risiko yang tidak dapat diprediksi bahkan dapat menyebabkan kerugian. Oleh karena itu, penting adanya proteksi diri yang bisa membantu dan menjamin dari risiko dimasa yang akan datang yaitu dengan asuransi syariah. Namun, kesadaran masyarakat untuk menggunakan asuransi syariah masih rendah, hal ini perlu adanya sosialisasi dan edukasi tentang asuransi syariah kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi asuransi syariah, pendapatan, promosi dan religiusitas terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah di wilayah Kota Semarang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Populasi yang digunakan adalah seluruh generasi milenial di Kota Semarang. Sampel dalam penelitian ini yaitu Generasi Milenial berjumlah 93 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel berdasarkan *Purposive Sampling*. Hasil dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada Generasi Milenial di Kota Semarang dan diproses serta dianalisis menggunakan uji statistik analisis regresi linier berganda.

Hasil uji penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa variabel literasi asuransi syariah didapat nilai t hitung sebesar 5,313 dan nilai signifikansi 0,000, variabel promosi didapat nilai t hitung sebesar 3,404 dengan signifikansi 0,001, dan variabel religiusitas didapat t hitung sebesar 3,310 dengan signifikansi 0,001 berarti variabel literasi asuransi, promosi dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan asuransi syariah, yang artinya apabila semakin meningkat literasi asuransi, promosi dan religiusitas maka minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah juga meningkat, dan memberikan pengaruh yang bermakna terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah. Sedangkan variabel pendapatan didapat nilai t hitung 0,780 dengan signifikansi 0,437 berarti tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan asuransi syariah, yang artinya variabel pendapatan pengaruhnya tidak bermakna terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah. Berdasarkan uji secara simultan didapat nilai f hitung sebesar 30,985 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa variabel literasi asuransi, pendapatan, promosi dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah, artinya variabel literasi asuransi, pendapatan, promosi dan religiusitas secara bersama-sama memberikan pengaruh yang bermakna terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah.

Kata Kunci : Literasi Asuransi Syariah, Pendapatan, Promosi, Religiusitas, Generasi Milenial, Minat Menggunakan Asuransi Syariah.

ABSTRACT

In life we will always be faced with unpredictable events and risks that can even lead to losses. Therefore, it is important to have self-protection that can help and guarantee against risks in the future, namely with sharia insurance. However, public awareness to use sharia insurance is still low, this requires socialization and education about sharia insurance to the public. This study aims to examine the effect of Islamic insurance literacy, income, promotion and religiosity on the interest of the millennial generation to use Islamic insurance in the city of Semarang.

This study uses a quantitative approach, the data used in this study are primary data. The population used is all millennial generations in the city of Semarang. The sample in this study, namely the Millennial Generation, consists of 93 respondents using a sampling technique based on purposive sampling. The results in this study were collected through questionnaires distributed to the Millennial Generation in Semarang City and were processed and analyzed using statistical tests of multiple linear regression analysis.

The test results of this study partially show that the Islamic insurance literacy variable gets a t-count value of 5.313 and a significance value of 0.000, the promotion variable gets a t-count value of 3.404 with a significance of 0.001, and the religiosity variable gets a t-count of 3.310 with a significance of 0.001 meaning insurance literacy variable , promotion and religiosity have a positive and significant effect on the intention to use Islamic insurance, which means that if insurance literacy, promotion and religiosity increase, the millennial generation's interest in using Islamic insurance also increases, and has a significant influence on the millennial generation's interest in using Islamic insurance. Meanwhile, the income variable obtained a t-count value of 0.780 with a significance of 0.437 meaning that it has no significant effect on the interest in using Islamic insurance, which means that the income variable has no significant effect on the millennial generation's interest in using Islamic insurance. Based on the simultaneous test, it was obtained that the calculated f value was 30.985 with a significance of 0.000 less than 0.05 so it was concluded that the variables of insurance literacy, income, promotion and religiosity together had a positive and significant effect on the interest of the millennial generation to use sharia insurance, meaning that the literacy variable insurance, income, promotion and religiosity together have a significant influence on the interest of the millennial generation to use sharia insurance.

Keywords: Sharia Insurance Literacy, Income, Promotion, Religiosity, Millennial Generation, Interest in Using Sharia Insurance.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, penguasa alam semesta karena segala rahmat, taufiq dan hidayah-Nya. Tak lupa kita panjatkan shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul **“PENGARUH LITERASI ASURANSI, PENDAPATAN, PROMOSI, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN ASURANSI SYARIAH (Studi Generasi Milenial di Wilayah Kota Semarang)”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Akuntansi Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan skripsi ini dapat selesai berkat bantuan dari beberapa pihak, bimbingan dan dorongan serta perhatiannya. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. Muhammad Saifullah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. Ratno Agriyanto, Akt., CA., CPAi selaku Kepala Prodi Akuntansi Syariah dan Bapak Warno, SE., M.Si., SAS selaku Sekretaris Prodi Akuntansi Syariah serta Staf Ahli Prodi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Dr. Muhammad Saifullah, M.Ag selaku dosen pembimbing I dan Ibu Naili Sa'adah, SE., M.Si., AK. selaku dosen pembimbing II yang selalu sabar dan bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen pengajar Prodi S1 Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
6. Orang tuaku Bapak Nur Hamid dan Ibu Ijah Wati yang senantiasa mendukung dan mendoakan dalam setiap langkah serta selalu memberikan kasih sayang, bantuan, dukungan, moril dan materil.

7. Dedi Irawan seseorang yang selalu menemani, mendukung, memberikan semangat dan memberikan motivasi kepada saya dalam proses mengerjakan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan sehingga mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah khazanah keilmuan, khususnya bagi penulis sendiri serta bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, Juni 2023
Penulis



Yulia Asmi Azizah
NIM. 1905046004

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMIMBING.....	i
PENGESAHAN	ii
MOTTO SKRIPSI.....	iii
PERSEMBAHAN	iv
DEKLARASI	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.4 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	12
2.2 Kajian Variabel Penelitian.....	15
2.2.1 Asuransi	15
2.2.2 Minat.....	20
2.2.3 Generasi Milenial	23
2.2.4 Literasi Asuransi.....	24
2.2.5 Pendapatan.....	27
2.2.6 Promosi.....	29
2.2.7 Religiusitas	32
2.3 Penelitian Terdahulu.....	35

2.4 Kerangka Pemikiran	40
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	40
2.5.1 Pengaruh Literasi Asuransi Syariah terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah	41
2.5.2 Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah	42
2.5.3 Pengaruh Promosi terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah	42
2.5.4 Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah	43
2.5.5 Pengaruh Literasi Asuransi Syariah, Pendapatan, Promosi, dan Religiusitas terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah ...	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Jenis Penelitian	46
3.2 Sumber Penelitian.....	46
3.2.1 Data Primer.....	46
3.2.2 Data Sekunder	47
3.3 Populasi dan Sampel.....	47
3.3.1 Populasi	47
3.3.2 Sampel	47
3.4 Metode Pengumpulan Data	49
3.5 Variabel Penelitian	50
3.5.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)	50
3.5.2 Variabel Dependen (Variabel Tetikat)	50
3.6 Teknik Analisis Data	50
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	50
3.6.2 Uji Instrumen Penelitian.....	51
3.7 Uji Asumsi Klasik	52
3.7.1 Uji Normalitas	52
3.7.2 Uji Multikolinearitas	52
3.7.3 Uji Heterokedastisitas.....	53
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	53

3.8.1 Uji Signifikansi Simultan	54
3.8.2 Uji Signifikansi Parsial.....	54
3.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	55
3.9 Definisi Operasional	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Penelitian	59
4.1.1 Gambaran Umum Kota Semarang.....	59
4.1.2 Topografi Kota Semarang	59
4.1.3 Visi Misi Kota Semarang	60
4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data	60
4.2.1 Deskripsi Objek Penelitian	60
4.3 Teknik Analisis Data	63
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	63
4.3.2 Uji Validitas	65
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	66
4.4 Uji Asumsi Klasik	67
4.4.1 Uji Normalitas	67
4.4.2 Uji Multikolinearitas	69
4.4.3 Uji Heterokodastisitas	70
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
4.5.1 Koefisien Determinasi (R ²).....	74
4.5.2 Hasil Uji Hipotesis (Uji T)	74
4.5.3 Hasil Uji Simultan (Uji F)	76
4.6 Pembahasan dan Analisis Data.....	77
4.6.1 Pengaruh Literasi Asuransi Syariah terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah	77
4.6.2 Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah	78
4.6.3 Pengaruh Promosi terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah	89
4.6.4 Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah	80

4.6.5 Pengaruh Literasi Asuransi Syariah, Pendapatan, Promosi, dan Religiusitas terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah ...	81
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Keterbatasan Penelitian	84
5.3 Saran-Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	90
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	122

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Aset Asuransi Syariah 2018-2022	2
Tabel 1.2 Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan 2022.....	3
Tabel 1.3 Jumlah Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin 2021	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Penilaian Skala Likert.....	49
Tabel 3.2 Definisi Operasional	55
Tabel 4.1 Distribusi Sampel.....	61
Tabel 4.2 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.3 Klasifikasi Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.4 Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4.5 Klasifikasi Berdasarkan Upah/Gaji.....	63
Tabel 4.6 Uji Statistic Deskriptif	63
Tabel 4.7 Uji Validitas	65
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.9 Uji Normalitas One-Sample KS.....	69
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4.11 Uji Heterokedastisitas Dengan Uji Glejser.....	71
Tabel 4.12 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
Tabel 4.13 Uji Determinasi Koefisien (R ²)	74
Tabel 4.14 Uji Signifikan T	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 2. Histogram Uji Normalitas.....	68
Gambar 3. Uji Normalitas P_P Plot.....	68
Gambar 4. Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	95
Lampiran 3. Hasil Output_SPSS Uji Deskripsi Responden	107
Lampiran 4. Hasil Output_SPSS Uji Statistic Deskriptif	108
Lampiran 5. Hasil Output_SPSS Uji Validitas	109
Lampiran 6. Hasil Output_SPSS Uji Reliabilitas	112
Lampiran 7. Hasil Output_SPSS Uji Normalitas One-Sample KS.....	113
Lampiran 8. Hasil Output_SPSS Uji Normal P-P Plot	113
Lampiran 9. Hasil Output_SPSS Uji Multikolinearitas	114
Lampiran 10. Hasil Output_SPSS Uji Heterokedastisitas Scatterplot.....	114
Lampiran 11. Hasil Output_SPSS Uji Heterokedastisitas Glejser.....	115
Lampiran 12. Hasil Output_SPSS Uji Regresi Linier Berganda	115
Lampiran 13. Hasil Output_SPSS Uji T	115
Lampiran 14. Hasil Output_SPSS Uji F	116
Lampiran 15. Dokumentasi.....	117

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Islam adalah suatu pandangan atau cara hidup yang mengatur sisi kehidupan manusia, segala hal telah diatur dalam islam, oleh karena itu tidak ada satupun aspek kehidupan manusia yang terlepas dari ajaran agama Islam termasuk literasi. Hal ini dibuktikan sejak Nabi Muhammad SAW menerima wahyu pertamanya dalam Al-Quran yaitu surat Al-Alaq dalam ayat pertamanya “*iqra*” yang berarti memerintahkan untuk membaca.¹ Membaca merupakan suatu hal yang sangat penting bagi manusia, karena dengan membaca kita dapat menguasai ilmu pengetahuan, dan mengerti segala hal yang terjadi dalam kehidupan kita, dengan membaca kita dapat menyelesaikan segala permasalahan dengan baik, serta dapat memahami hal-hal baru. Islam juga merupakan agama yang sangat menghargai sesama umatnya, oleh karena itu literasi dalam agama Islam sangat dianggap penting karena segala sesuatu yang terjadi pada umatnya dapat diselesaikan dengan literasi yang baik. Umat Islam dianggap telah memiliki literasi yang baik apabila telah mampu menyelesaikan segala permasalahan dengan baik tanpa adanya kesalahpahaman.

Literasi asuransi syariah merupakan bagaimana individu memiliki seperangkat pengetahuan, kesadaran, dan keterampilan untuk memahami dasar informasi dan layanan asuransi syariah yang mempengaruhi sikapnya untuk membuat keputusan dalam berinvestasi.² Hal ini penting karena pengetahuan asuransi syariah sangat terkait dengan perilaku keuangan, saat ini segala sesuatu telah berkaitan dengan asuransi seperti belanja online, kesehatan, dan lain-lain. Maka literasi asuransi syariah ini sangat penting terutama bagi umat muslim agar tidak salah dalam memilih produk-produk asuransi, dan tidak menutup kemungkinan ada banyak asuransi yang palsu. Oleh karena itu, adanya literasi asuransi syariah ini juga diharapkan dapat membuat seseorang terhindar dari informasi-informasi yang tidak benar terkait asuransi dan tentunya terhindar dari penipuan.

Dalam kehidupan manusia akan selalu dihadapkan pada peristiwa-peristiwa dan juga

¹ H HAMRINA, “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Peningkatan Kinerja Di Kalangan Umkm Pada Pedagang Pasar Andi ...” (2021), <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/3689/1/HAMRINA.pdf>.

² Dwi Annisa Ramadhani, Supaino Supaino, and Marlya Fatira, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Asuransi Syariah Pada Masyarakat Di Kota Medan,” *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam* 6, no. 1 (2020).

risiko yang tidak dapat diprediksi serta dapat menimbulkan berbagai macam kerugian yang tak terduga. Risiko sendiri merupakan sebuah kemungkinan terjadinya sesuatu yang tidak diinginkan untuk terjadi serta akan menimbulkan kerugian.³ Di Indonesia terdapat suatu lembaga yang membantu dan menjamin atau proteksi atas risiko-risiko yang ditimbulkan yaitu lembaga asuransi. Perkembangan berbagai lembaga asuransi sudah berkembang pesat diberbagai belahan dunia dan juga termasuk negara-negara yang sebagian besar penduduknya beragama Islam. Lembaga asuransi ini dapat dikatakan sebagai lembaga non-bank yang memiliki prinsip konvensional dan prinsip syariah, lembaga asuransi dengan prinsip syariah kini mulai meluas diberbagai pelosok Indonesia, namun masyarakat masih belum banyak yang mengenal mengenai asuransi syariah.

Tabel 1.1 Pertumbuhan *year-on-year* (YoY) Aset Asuransi Syariah Oktober 2018 - 2022

Tahun	Aset (Miliar Rupiah)
2018	41,613
2019	44,588
2020	41,613
2021	43,593
2022	45,189

Sumber : AASI.or.id (2022)⁴

Tabel 1.1 menunjukkan pertumbuhan aset asuransi syariah *year-on-year* (YoY) dari tahun 2018 sampai 2022, terlihat pada tabel diatas bahwa pertumbuhan asetnya naik turun dan pada tahun 2022 meningkat sampai 45,189 miliar rupiah. Pada tahun 2020 menurun sebesar 6,67% karena adanya pandemi covid-19 selanjutnya di tahun 2021 mulai meningkat sejalan dengan covid-19 yang mulai menurun dan pada tahun 2022 perekonomian sudah cukup pulih dari covid-19 sehingga terlihat aset asuransi syariah meningkat sebesar 8,59%.⁵

Komposisi peningkatan aset asuransi syariah didominasi oleh asuransi jiwa syariah yang mengalami peningkatan secara signifikan sebesar 78% setara dengan 35,358 miliar rupiah. Selain itu asuransi umum syariah juga mengalami peningkatan sebesar 17% atau

³ 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, no. 1 (2022).

⁴ Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia, "Publikasi Data Perkembangan Industri Asuransi Syariah," *Suparyanto dan Rosad* (2022).

⁵ Ibid.

7,527 miliar rupiah dan reasuransi syariah sebesar 5% atau 2.304 miliar rupiah. Selain sektor-sektor yang mengalami peningkatan, justru kategori densitas dan penetrasi mengalami penurunan masing-masing sebesar 2,92%. Densitas adalah jumlah nilai uang yang dibelanjakan oleh masyarakat dalam suatu negara untuk proteksi asuransi jiwa, sedangkan penetrasi adalah jumlah besarnya kontribusi asuransi jiwa terhadap *Gross Domestic Product* (GDP). Menurunnya kategori tersebut disebabkan adanya kesenjangan proteksi yang cukup besar serta kurangnya kesadaran masyarakat untuk menggunakan asuransi syariah. Meskipun nilai pertumbuhan aset *year-on-year* (YoY) meningkat namun kesadaran masyarakat masih rendah, sehingga Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) mengatakan terus berupaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dengan memberikan edukasi serta memaksimalkan kinerja agen untuk terus mengenalkan asuransi syariah kepada masyarakat. Tidak hanya itu tujuannya juga untuk membantu merencanakan masa depan yang baik untuk masyarakat.⁶

Tabel 1.2 Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022

Prinsip	Literasi	Inklusi
Konvensional	49,68%	85,10%
Syariah	9,14%	12,12%
Gap	40,54%	72,98%

Sumber : ojk.go.id (2022)⁷

Tabel 1.2 menunjukkan perbandingan indeks literasi dan inklusi keuangan tahun 2022, antara konvensional dan syariah menunjukkan gap yang sangat besar. Berdasarkan keuangan saja menunjukkan gap yang besar maka dari sisi asuransinya juga menunjukkan gap yang besar. Oleh karena itu, masyarakat masih banyak yang belum memahami dari sisi syariah, sehingga literasi asuransi syariah masih rendah dan perlu ditingkatkan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengemukakan bahwa literasi asuransi syariah berkaitan dengan pengetahuan, kemampuan sikap dan perilaku terhadap keuangan, serta keterampilan dan kepercayaan seseorang pada lembaga asuransi.⁸

⁶ Ibid.

⁷ Perbandingan Indeks et al., "SIARAN PERS SURVEI NASIONAL LITERASI DAN INKLUSI KEUANGAN TAHUN 2022," no. November (2022).

⁸ Otoritas Jasa Keuangan, "Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 - 2025," *Ojk.Go.Id* (2021), <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Keuangan-Indonesia-2021->

Masyarakat adalah pengguna produk dan layanan jasa keuangan sehingga tingginya tingkat pemahaman, keterampilan dan juga kepercayaan masyarakat pada lembaga keuangan akan dapat mendorong lembaga keuangan untuk terus mengembangkan produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, literasi asuransi syariah dianggap sebagai indikator pembangunan sektor keuangan yang dapat meningkatkan fungsi intermediasi lembaga keuangan. Manfaat literasi asuransi syariah dalam jangka panjang juga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, mengurangi kemiskinan, mengurangi ketimpangan pendapatan dan mencapai stabilitas sistem keuangan serta membantu yang membutuhkan.

Literasi asuransi syariah merupakan kemampuan individu dalam hal memahami dan mengevaluasi informasi terkait asuransi syariah, 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.⁹ Literasi asuransi syariah merupakan bentuk nyata sebagai wujud dalam upaya pergerakan yang bertujuan untuk mendukung pertumbuhan keuangan syariah di Indonesia. Masyarakat menjadi kunci utama dalam memahami maupun menyadari terkait pentingnya asuransi syariah yang akan menciptakan perkembangan asuransi syariah di Indonesia. Namun masyarakat Indonesia masih banyak yang belum memahami apa saja manfaat yang diperoleh dari asuransi syariah.

Tabel 1.3 Jumlah Penduduk Kota Semarang Menurut Umur dan Jenis Kelamin (ribu) 2021

Kelompok Umur	Laki-Laki	Perempuan	Total
.....			
20 – 24	64 040,00	61 511,00	125 551,00
25 – 29	64 617,00	64 356,00	128 973,00
30 – 34	65 580,00	66 547,00	132 127,00
35 – 39	67 039,00	68 197,00	135 236,00
40 – 44	66 165,00	68 233,00	134 398,00
.....			

2025.aspx.

⁹ Ramadhani, Supaino, and Fatira, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Asuransi Syariah Pada Masyarakat Di Kota Medan.”

Sumber : bps.go.id (2022)¹⁰

Berdasarkan telaah dari hasil-hasil riset, dikutip dari penelitian Natalia menurut teori Strauss dan Howe, generasi milenial atau disebut juga generasi Y adalah generasi yang lahir setelah generasi X. Generasi milenial merupakan generasi yang memiliki rentang waktu lahir dari tahun 1982 hingga 2000, jadi saat ini umur generasi milenial mulai dari 23 – 40 tahun.¹¹ Generasi milenial lahir pada masa yang terkena dampak digitalisasi, yang dimanjakan oleh gelombang teknologi informasi serta sistem informasi yang sangat pesat, mereka menjadi generasi yang *up date* dengan informasi-informasi terkait bidang apapun di dunia, mereka juga menjadi warna dunia terutama di dunia maya seperti *fashion, lifestyle, makanan, film, tokoh-tokoh imajiner, barang-barang branded, dan segala informasi di dunia akan mempengaruhi respon mereka seperti cara berekspresi, tutur kata, visualisasi, dll.*

Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) penetrasi asuransi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia berada pada tahun 2021 senilai 3,18%. Penetrasi asuransi jiwa mencapai 1,19%, asuransi umum 0,47%, asuransi sosial 1,45%, dan asuransi wajib 0,08% dengan angka desitas asuransi sebesar Rp 1,82 juta. Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) pada tahun 2019 menunjukkan indeks literasi keuangan senilai 38,03% dengan tingkat literasi asuransi mencapai 19,4%, pada saat ini indeks inklusi keuangan Indonesia mencapai 76,19%. Generasi Milenial dan generasi Z dianggap penting untuk memahami asuransi sejak dini, karena asuransi merupakan investasi jangka panjang yang seharusnya diminati oleh berbagai kalangan.¹²

Pemahaman terkait pentingnya memproteksi diri dari generasi milenial dinilai lebih *concern* dalam mewujudkan gaya hidup dari pada melakukan proteksi diri melalui asuransi. Generasi milenial juga cenderung berperilaku yang berbeda dari generasi-generasi sebelumnya. *The Indonesian Milenials Report (IMR)* menghadirkan sebuah fakta menarik bahwa generasi milenial lebih banyak menghabiskan uang untuk hiburan dari pada untuk asuransi. Menurut Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), tingkat peduli dan minat

¹⁰ Badan Pusat Statistik Kota Semarang, “Luas Wilayah, Jumlah Penduduk Dan Kepadatan Penduduk,” *Badan Pusat Statistik Kota Semarang*, 2022, <https://semarangkota.bps.go.id/indicator/12/48/1/kepadatan-penduduk.html>.

¹¹ Natalia, “Pengaruh Ulasan Pelanggan Online Terhadap Keputusan Generasi Milenial Dalam Memesan Kamar Hotel” (2017), http://repository.podomorouniversity.ac.id/98/12/31160054_TA_12_BAB2.pdf.

¹² Gilang Akbar Prambadi, “Tingkatkan Penetrasi Asuransi, Pemberian Literasi Untuk Kalangan Milenial Terus Didorong,” *19 Oktober*, last modified 2022, <https://iqra.republika.co.id/berita/rk0wvx456/tingkatkan-penetrasi-asuransi-pemberian-literasi-untuk-kalangan-milenial-terus-didorong>.

generasi milenial untuk membeli asuransi jiwa masih rendah dan kurang peduli terhadap asuransi jiwa, itu artinya sikap setuju generasi milenial terhadap pentingnya asuransi jiwa masih sangat rendah.¹³

Berdasarkan Tabel 3 yang merupakan hasil survei di tahun 2021 di *update* pada 10 Maret 2022 sudah menunjukkan jumlah generasi milenial di Kota Semarang, tahun 2023 dipastikan jumlah generasi milenial di Kota Semarang semakin meningkat. Badan Pusat Statistik (BPS) melakukan sensus penduduk dan menunjukkan hasil survei dari bulan Februari – September 2020 jumlah generasi milenial di Indonesia mencapai 25,87% atau setara dengan 69,90 juta jiwa dari total penduduk Indonesia. Sekarang tahun 2022 jumlah penduduk Indonesia diproyeksikan mencapai 275,77 juta jiwa.¹⁴ Segmentasi nasabah dari asuransi syariah tersebar mulai dari orang tua sampai remaja, karena dalam ketentuannya setiap manusia tidak bisa terlepas dari risiko dan tentunya membutuhkan proteksi untuk dirinya pribadi dan juga untuk keluarganya. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial dianggap menjadi target pasar yang sangat potensial dan dengan perkembangan lembaga asuransi syariah yang semakin berkembang seharusnya generasi milenial juga bisa menjadi peluang bagi lembaga asuransi syariah untuk semakin berkembang lagi, hal ini bertujuan untuk meningkatkan perkembangan asuransi syariah di Indonesia.

Berdasarkan kondisi yang tergambar diatas, maka diketahui bahwa secara garis besar jumlah lembaga asuransi syariah di Indonesia semakin meningkat namun hal ini juga masih belum dibarengi dengan pemahaman dan juga kesadaran masyarakat akan memproteksi diri. Dengan begitu, pengenalan terhadap asuransi, terutama asuransi syariah menjadi sangat penting dalam hal meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan asuransi syariah di Indonesia. Hasil penelitian dari Pramudya dan Rahmi tentang “Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah” menunjukkan bahwa literasi, religiusitas, dan pelayanan menjadi faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan asuransi syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa literasi sangat penting untuk

¹³ Pramudya and Rahmi, “Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.”

¹⁴ Monavia Ayu Rizaty, “BPS: Jumlah Penduduk Indonesia Sebanyak 275,77 Juta Pada 2022,” *DataIndonesia.Id*, <https://dataindonesia.id/Ragam/detail/bps-jumlah-penduduk-indonesia-sebanyak-27577-juta-pada-2022>.

mengembangkan asuransi syariah.¹⁵

Variabel pendapatan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh M. Al-Yasa Basar dan Nurma Sari dengan judul penelitian “Determinan Minat Berasuransi Syariah Pada Masyarakat Kota Banda Aceh” menunjukkan bahwa secara uji parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berasuransi syariah pada Masyarakat Kota Banda Aceh. Berdasarkan uji simultan variabel religiusitas, kepercayaan, pendapatan dan pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat untuk berasuransi syariah.¹⁶ Dengan adanya hasil penelitian tersebut menunjukkan semakin besar pendapatan masyarakat maka semakin besar pula minat untuk berasuransi syariah.

Berdasarkan penelitian dari Raudhatul Jannah Irfan, Farid Fathony Ashal, dan Riza Aulia dengan judul penelitian “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah” menunjukkan variabel promosi secara uji parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi milenial terhadap minat beli produk asuransi jiwa syariah.¹⁷ Hal ini menunjukkan apabila promosi semakin meningkat maka minat untuk memiliki asuransi jiwa syariah juga semakin meningkat. Sedangkan variabel religiusitas dari penelitian Raudhatul Jannah Irfan, Farid Fathony Ashal, dan Riza Aulia dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah” berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk asuransi syariah. Artinya semakin meningkat nilai religiusitas maka minat beli produk asuransi syariah juga akan meningkat.¹⁸

Kota Semarang merupakan salah satu kota yang memiliki jumlah generasi milenial cukup tinggi, selain itu Kota Semarang terkenal dengan Kota yang rawan banjir, sehingga perlu diteliti tingkat kesadaran masyarakatnya terhadap proteksi diri. Serta dengan adanya info kenaikan Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK) di Jawa Tengah pada tahun 2023 ini yang tertinggi yaitu Kota Semarang senilai Rp3.060.348,78. Hal ini diharapkan dapat

¹⁵ Pramudya and Rahmi, “Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.”

¹⁶ M. Al-Yasa Basar and Nurma Sari, “Determinan Minat Berasuransi Syariah Pada Masyarakat Kota Banda Aceh,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam IV* (2022).

¹⁷ Raudhatul jannah Irfan, Farid Fathony Ashal, and Riza Aulia, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah,” *JIHBIZ : Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 2, no. 1 (2020).

¹⁸ Ibid.

menjawab hipotesis dari peneliti bahwa semakin tinggi pendapatan dibarengi dengan variabel lainnya maka akan semakin besar minat generasi milenial untuk menggunakan asuransi syariah.¹⁹

Pada umumnya masyarakat terutama generasi milenial mengambil keputusan untuk berasuransi syariah tentunya telah memahami asuransi syariah, kemudian didukung oleh pendapatan yang cukup untuk kehidupan sehari-hari serta cukup untuk berasuransi syariah. Setelah itu masyarakat akan mencari tahu produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi syariah biasanya melalui promosi dari perusahaan-perusahaan asuransi syariah, lalu sebagai umat yang beragama Islam adanya religiusitas juga menjadi faktor penting dalam mengambil keputusan. Religiusitas merupakan gambaran sejauh mana komitmen seseorang pada agamanya dan bagaimana agamanya tersebut tercermin dalam sikap serta perilaku seseorang di kehidupan sehari-hari. Religiusitas yang dimiliki oleh seseorang dapat tercermin dari minat menggunakan asuransi syariah yang sesuai dengan kepercayaan terhadap Agama Islam.²⁰

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian ini untuk membuktikan asumsi yaitu masing-masing variabel bebas: literasi asuransi, pendapatan, promosi dan religiusitas diasumsikan akan berpengaruh positif dan signifikan. Artinya, semakin meningkat literasi asuransi, pendapatan, promosi dan religiusitas maka minat menggunakan asuransi syariah juga akan semakin meningkat, serta perubahannya bermakna. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Asuransi, Pendapatan, Promosi, dan Religiusitas terhadap Minat Menggunakan Asuransi Syariah (Studi Generasi Milenial di Wilayah Kota Semarang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan secara rinci diatas, maka penulis merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Literasi Asuransi Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Generasi

¹⁹ jatengprov.go.id, “Ganjar Umumkan Penetapan UMK Jawa Tengah, Kota Semarang Tertinggi,” 7 Desember, last modified 2022, <https://jatengprov.go.id/publik/ganjar-umumkan-penetapan-umk-jawa-tengah-kota-semarang-tertinggi/>.

²⁰ Tegar Pangesti Mahardika, “PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI DENGAN SIKAP KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Pengguna Kosmetik Wardah Di Yogyakarta),” *Jurnal Ilmu Manajemen* 16, no. 2 (2019), <https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/34766>.

Milenial dalam Menggunakan Asuransi Syariah?

2. Apakah Pendapatan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Generasi Milenial dalam Menggunakan Asuransi Syariah?
3. Apakah Promosi Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Generasi Milenial dalam Menggunakan Asuransi Syariah?
4. Apakah Religiusitas Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Generasi Milenial dalam Menggunakan Asuransi Syariah?
5. Apakah Literasi Asuransi, Pendapatan, Promosi dan Religiusitas secara Bersama-sama Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Generasi Milenial dalam Menggunakan Asuransi Syariah?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Literasi Asuransi terhadap Minat Generasi Milenial dalam Menggunakan Asuransi Syariah.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Generasi Milenial dalam Menggunakan Asuransi Syariah.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Promosi terhadap Minat Generasi Milenial dalam Menggunakan Asuransi Syariah.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Generasi Milenial dalam Menggunakan Asuransi Syariah.
5. Untuk Mengetahui Secara Bersama-sama Pengaruh Literasi Asuransi, Pendapatan, Promosi, dan Religiusitas terhadap Minat Generasi Milenial dalam Menggunakan Asuransi Syariah.

Manfaat dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, penulis mengharapkan agar hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai:

- a) Bukti empiris dan objektif pengaruh literasi asuransi, pendapatan, promosi dan religiusitas terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan asuransi syariah.
- b) Kontribusi pemikiran pada kemajuan penelitian, khususnya dalam bidang asuransi

syariah yang dapat membantu dalam penyelesaian berbagai masalah yang ada.

- c) Pengetahuan yang luas dan mendalam dalam menata mata kuliah akuntansi terkait asuransi syariah, sehingga dapat digunakan sebagai sumber informasi dalam penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti Selanjutnya

Temuan dalam penelitian ini kemungkinan dapat membantu dalam pengembangan dan juga penerapan teori yang ditemukan. Selain itu, penelitian ini memiliki potensi untuk mengembangkan keahlian keilmuan dalam bidang-bidang yang dibahas, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh yang mendorong minat masyarakat untuk memiliki asuransi syariah.

b) Bagi Pembaca

Temuan penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan kontribusi dalam pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh literasi asuransi, pendapatan, promosi dan religiusitas terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan asuransi syariah.

1.4 Sistematika Penulisan

Kerangka penulisan dijelaskan dalam sistematika penulisan ini, yang merupakan gagasan utama dalam pembahasan selanjutnya. Berikut ini merupakan sistematika penulisan skripsi ini:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab 1 ini secara sistematis menguraikan sejumlah latar belakang masalah, yang berfungsi sebagai topik pemikiran dan gambaran umum penyelidikan, sebelum dirangkai menjadi rumusan masalah. Tujuan dari sistem penelitian dan penulisan, serta bagaimana menerapkannya, diuraikan di akhir bab ini.

BAB II : KERANGKA TEORITIS

Pada bab 2 ini menjelaskan kerangka teori yang mendasari argumen variabel dependen dan independen, serta deskripsi tinjauan literatur dan penyelidikan teoritis yang mengarah pada pembuatan judul makalah penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab 3 ini berisi tentang variabel studi dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metodologi analisis data semuanya dibahas dalam bab ini.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN DATA

Pada bab 4 ini menyajikan berbagai hasil analisis data dari penelitian yang dilakukan, yang kemudian dilakukan uji statistik, dan diakhiri dengan interpretasi hasil berupa penolakan atau penerimaan hipotesis yang diuji.

BAB V : PENUTUP

Pada bab 5 ini merupakan bab terakhir dari skripsi, dan akan mencakup kesimpulan, kendala penelitian, dan rekomendasi peneliti untuk pembaca.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior atau teori perilaku terencana merupakan pengembangan dari teori tindakan beralasan yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein. *Theory of Reasoned Action* menjelaskan suatu niat untuk melaksanakan perbuatan tertentu yang diakibatkan oleh dua alasan, yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku. Namun, karena banyak perilaku yang tidak sepenuhnya berada dibawah kontrol individu, maka Ajzen dalam teori nya menambahkan konsep *Perceived Behavioral Control*. Konsep tersebut mengubah *theory of reasoned action* menjadi *theory of planned behavior*.²¹

Teori ini menjelaskan tentang sikap terhadap perilaku merupakan sebuah pokok penting yang dianggap sanggup memperkirakan sebuah perbuatan. *Theory of Planned Behavior* cocok digunakan untuk mendeskripsikan perilaku apapun yang memerlukan sebuah perencanaan. Yustina dalam penelitiannya menyatakan *theory of planned behavior* merupakan perilaku seseorang akan terwujud jika adanya niat untuk berperilaku dalam diri seseorang. Dan teori ini menyebutkan bahwa intensi adalah fungsi dari tiga determinan dasar teori ini, yaitu: Sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subyektif (*subjective norm*), persepsi pengendalian diri (*perceived behavioral control*).²²

1. Sikap Terhadap Perilaku (*attitude toward the control*)

Sikap perilaku ini ditentukan berdasarkan keyakinan seseorang mengenai suatu konsekuensi yang akan diperoleh dari suatu perilaku. Perilaku disini berkaitan dengan penilaian subjektif dan juga pemahaman mengenai diri seseorang dan juga lingkungannya. Cara untuk mengetahui *belief* dalam teori ini, Ajzen menyatakan bahwa diungkapkan dengan cara menghubungkan suatu

²¹ Ni Nyoman Anggar Seni and Ni Made Dwi Ratnadi, "Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi," *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 12 (2017).

²² Yustina Chrismardani, "Theory Of Planned Behavior Sebagai Prediktor Intensi Berwirausaha," *Jurnal Kompetensi* 10, no. 1 (2016).

perilaku yang akan diprediksi dengan manfaat atau kerugian yang mungkin akan terjadi jika melakukan perilaku tersebut. Kemudian keyakinan teori ini dapat memperkuat sikap terhadap perilaku berdasarkan pada evaluasi dari data-data yang diperoleh dalam perilaku itu yang memberikan keuntungan bagi pelakunya.

Dalam konteks penelitian ini, generasi milenial akan memiliki keinginan untuk membeli asuransi syariah apabila mereka telah yakin bahwa membeli asuransi syariah ini adalah hal yang positif dan menguntungkan bagi mereka, sebaliknya niat generasi milenial untuk membeli asuransi syariah akan rendah apabila mereka mempersepsikan membeli asuransi syariah tidak ada gunanya dan hanya akan merugikan mereka. Sementara keyakinan positif dari generasi milenial dapat diasumsikan dari tingkat religiusitas mereka, generasi milenial yang memiliki tingkat keyakinan yang tinggi terhadap agama maka mereka akan mempersepsikan bahwa membeli asuransi syariah merupakan hal yang menguntungkan, selain memproteksi diri dari risiko juga dapat saling tolong menolong bagi yang membutuhkan. Persepsi dari generasi milenial diungkapkan melalui sikap individu yang belum tentu sesuai dengan kenyataannya. Oleh karena itu dapat dipahami bahwa apabila literasi asuransi yang diterima oleh generasi milenial bernilai positif maka akan berpengaruh positif juga terhadap niat generasi milenial dalam menggunakan asuransi syariah.

2. Norma Subyektif (*subjective norm*)

Norma subjektif ini merupakan suatu perasaan atau dugaan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang yang ada didalam kehidupannya tentang dilakukannya atau tidak perilaku tertentu, hal ini yang dikatakan perasaan yang sifatnya subjektif, oleh karena itu dimensi ini disebut dengan norma subjektif. Norma subjektif ini adalah fungsi dari keyakinan seseorang yang diperoleh atas pandangan dari orang-orang yang ada disekelilingnya.²³

Seseorang cenderung tertarik apabila orang lain menyarankan untuk melaksanakan suatu perilaku maka tekanan sosial yang dirasakan dalam dirinya akan semakin besar, sebaliknya jika tidak ada orang lain yang memberikan pengaruh apapun maka tekanan sosial dalam dirinya akan cenderung berkurang.

²³ Seni and Ratnadi, "Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi."

Contohnya, seseorang bertemu dengan temannya, dan temannya tersebut menceritakan bahwa telah memiliki asuransi syariah, dan memberitahu keuntungan yang diperolehnya maka orang tersebut akan terdorong untuk ikut memiliki asuransi syariah juga. Generasi milenial sangat dekat dengan sosial media, maka banyak sekali promosi tentang asuransi syariah disana, dan mereka akan tertarik untuk menggunakan asuransi syariah jika promosi itu dirasa meyakinkan baginya. Hal ini dapat diasumsikan bahwa pelayanan dari suatu lembaga asuransi dan juga promosi yang dilakukannya dalam lingkungan sosial akan sangat berpengaruh untuk mendorong seseorang untuk menggunakan asuransi syariah.

3. Persepsi Pengendalian Diri (*perceived behavioral control*)

Persepsi kontrol perilaku merupakan perasaan seseorang mengenai suatu usaha yang dilakukannya untuk mewujudkan suatu perilaku tertentu. Perasaan yang berkaitan dengan kontrol perilaku ini berkaitan dengan pusat kendali. Pusat kendali berhubungan dengan keyakinan individu yaitu keberhasilan dalam melakukan sesuatu tergantung pada usahanya sendiri. Dan persepsi kontrol ini dapat berubah sesuai dengan situasi dan jenis perilaku yang dilakukannya.²⁴

Adanya faktor pendukung menjadi peran penting dalam pengendalian atas kontrol perilaku seseorang. Jika seseorang telah memiliki sikap yang positif, adanya dukungan dari orang sekitar atau pun hambatan untuk melakukan sesuatu maka orang tersebut akan tetap memiliki niat yang kuat. Contohnya, generasi milenial yang sedang dihadapkan dengan gaya hidup yang serba mengikuti perkembangan zaman, namun jika dia telah memiliki motivasi untuk memproteksi diri guna masa depan dan kemungkinan risiko yang akan terjadi maka dia akan tetap menyisihkan pendapatannya untuk menggunakan asuransi syariah dari pada menghabiskan uangnya untuk memenuhi gaya hidup.

²⁴ Ibid.

2.2 Kajian Variabel Penelitian

2.2.1 Asuransi

1. Konsep Asuransi

Kata Asuransi berasal dari bahasa Belanda yaitu *assurantie*, dan dalam hukum Belanda disebut *Verzekering* yang artinya pertanggungan. Kemudian dari istilah *assurantie* timbul istilah *assuradeur* yaitu bagi penanggung, dan *geassureerde* yaitu bagi tertanggung.²⁵

Menurut Robert I.Mehr dikutip dari buku “Asuransi Syariah (Life and General): Konsep dan Sistem Operasional” ditulis oleh Muhammad Syakir Sula, asuransi adalah suatu alat untuk mengurangi risiko dengan cara menggabungkan sejumlah unit-unit yang berisiko agar kerugian individu secara kolektif dapat diprediksi. Kerugian yang dapat diprediksi tersebut kemudian dibagi dan didistribusikan secara proporsional diantara semua unit-unit yang ada dalam gabungan tersebut.²⁶

Asuransi disebut sebagai pertanggungan yang timbul karena adanya kebutuhan manusia yang serba terbatas, yaitu terbatas dalam hal menghadapi masa depan atau kejadian yang mungkin akan terjadi dimasa depan. Karena kita tidak pernah tahu apa yang akan terjadi di masa depan, kita tidak dapat menghindari kejadian yang akan terjadi baik itu yang menguntungkan kita atau yang merugikan. Kebutuhan terhadap perlindungan atau jaminan asuransi bersumber dari keinginan untuk mengatasi adanya ketidakpastian (*unsertainty*).²⁷

Menurut Undang-Undang Nomor 2 tahun 1992, Asuransi merupakan perjanjian antara dua pihak atau lebih, dimana pihak tertanggung mengikatkan diri pada penanggung, dengan menerima premi asuransi untuk memberikan pergantian kepada tertanggung karena suatu kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang tidak diharapkan terjadi, yang ditimbulkan dari suatu peristiwa yang tidak pasti atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan pada meninggal atau

²⁵ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and General): Konsep Dan Sistem Operasional* (Jakarta: Gema Insani Press, 2004).

²⁶ Ibid.

²⁷ Yuli Yanti, “Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Produk, Citra Perusahaan Asuransi Syariah Terhadap Kesadaran Masyarakat Berasuransi Syariah,” *Ekp* (2015).

hidupnya seseorang yang tertanggung.²⁸

Letak geografis wilayah Indonesia merupakan rawan bencana alam seperti gempa bumi, gunung meletus, tsunami, angin topan, adanya kebakaran hutan serta kerugian lainnya yang disebabkan oleh adanya perbuatan atau ulah manusia seperti banjir, tingkat pengangguran yang tinggi dan ketimpangan ekonomi masyarakat, hal ini menjadi tantangan bagi Pemerintah Indonesia dalam memajukan kesejahteraan bangsa Indonesia. Oleh karena itu asuransi hadir sebagai salah satu lembaga keuangan non bank yang berperan sebagai salah satu pilar dalam perekonomian Nasional, peran asuransi tersebut terkait dengan kemampuannya sebagai lembaga penerima pemindahan risiko (*transfer of risk*).²⁹

2. Jenis Usaha Perasuransian

Jenis-jenis bidang usaha perasuransian di Indonesia, tercantum dalam pasal 3 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1992 yaitu Undang-Undang tentang Usaha Perasuransian dibagi dalam dua macam, yaitu sebagai berikut:

1. Usaha Asuransi³⁰

- a. Asuransi Kerugian, yaitu perjanjian asuransi yang memberikan jasa-jasa dalam penanggulangan risiko atas kerugian, kehilangan, manfaat serta tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang timbul dari peristiwa yang tidak pasti. Contoh dari usaha asuransi: Asuransi kebakaran, Asuransi pengangkutan, dan Asuransi aneka.
- b. Asuransi Jiwa, yaitu hidup atau meninggalnya seseorang yang dipertanggungkan dan asuransi pendidikan, asuransi jiwa merupakan perjanjian asuransi yang memberikan jasa dalam pertanggunggan yang dikaitkan dengan hidup atau meninggalnya seseorang yang di pertanggungkan. Ruang lingkup asuransi jiwa: Asuransi jiwa biasa, Asuransi jiwa kelompok, dan Asuransi jiwa industrial.

²⁸ Dewan Asuransi Indonesia, “Undang-Undang Republik Indonesia No.2 Tahun 1992 Dan Peraturan Pelaksanaan Tentang Usaha Perasuransian,” *Demographic Research* (2020).

²⁹ Yanti, “Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Produk, Citra Perusahaan Asuransi Syariah Terhadap Kesadaran Masyarakat Berasuransi Syariah.”

³⁰ Dewan Asuransi Indonesia, “Undang-Undang Republik Indonesia No.2 Tahun 1992 Dan Peraturan Pelaksanaan Tentang Usaha Perasuransian.”

- c. Re-Asuransi, yaitu perjanjian asuransi yang memberikan jasa serta pertanggungungan ulang terhadap risiko yang dihadapi oleh suatu perusahaan asuransi kerugian di perusahaan asuransi jiwa. Reasuransi merupakan suatu sistem penyebaran risiko dimana penanggung menyebarkan seluruh atau sebagian dari pertanggungungan yang ditutupnya kepada penanggung yang lain.
2. Usaha Penunjang Usaha Asuransi³¹
- a. Usaha Pialang, memberikan jasa perantara dalam penutupan kontrak asuransi dari penanggulangan penyelesaian ganti rugi asuransi dengan bertindak untuk adanya kepentingan tertanggung.
 - b. Pialang Reasuransi, memberikan jasa perantara dalam penetapan reasuransi dan juga penanganan ganti rugi reasuransi dewan yang bertindak untuk kepentingan perusahaan asuransi.
 - c. Usaha Penilaian Kerugian Asuransi, memberikan jasa penilaian dari adanya kerugian pada objek asuransi yang dipertanggungkan.
 - d. Usaha Konsultan Aktuaria, memberikan jasa dalam segala jenis perhitungan secara matematis yang berkenaan dengan asuransi.
 - e. Usaha Agen, memberikan jasa keperantaraan dalam rangka pemasaran jasa asuransi untuk serta atas nama penanggung.

3. Asuransi Syariah

Asuransi dalam bahasa Arab disebut *at-ta'min* yang diambil dari kata *amana* yang artinya memberi perlindungan, ketenangan, rasa aman, dan bebas dari rasa takut.³² Sedangkan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia mengartikan asuransi syariah sebagai upaya untuk saling memberi pertolongan kepada beberapa pihak dengan cara memberikan permodalan yang berupa *tabarru'* yaitu "aset" dan juga memberikan perolehan pengembalian atas akad yang telah dibuat berdasarkan pada prinsip syariah.³³

Menurut Mushtafa Ahmad Zaqra dikutip dari buku "Asuransi Syariah (Life

³¹ Nurul Ichsan, *Asuransi Syariah: Teori, Konsep, Sistem Operasional, Dan Praktik* (Depok: Rajawali Pers, 2020).

³² Ibid.

³³ Pramudya and Rahmi, "Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah."

and General): Konsep dan Sistem Operasional” ditulis oleh Sula, asuransi secara istilah adalah kejadian. Asuransi merupakan cara atau metode untuk memelihara manusia dalam menghindari risiko (ancaman) yang bermacam-macam dan akan terjadi dalam hidupnya, baik dalam perjalanan kegiatan hidupnya atau dalam aktivitas ekonominya.³⁴

Asuransi syariah adalah usaha untuk saling melindungi dan juga saling tolong menolong antara para pemegang polis atau peserta asuransi, tolong menolong disini dilakukan dengan cara pengumpulan dan juga pengelolaan dana tabarru yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko melalui akad atau perikatan yang sesuai dengan prinsip syariah. Asuransi syariah menggunakan prinsip *sharing of risk*, prinsip ini menjelaskan bahwa suatu risiko yang dialami seseorang akan dibebankan kepada seluruh orang yang ikut serta sebagai polis, hal ini berbeda dengan asuransi konvensional yang menggunakan prinsip *transfer of risk*, prinsip ini menerapkan dimana risiko yang dialami pemegang polis akan dialihkan kepada perusahaan asuransinya.³⁵

Para ulama menjelaskan sumber hukum utama asuransi syariah memiliki empat sumber hukum yaitu: Al-Quran, Sunnah, *Ijma'*, dan *Qiyas*. Seluruh kegiatan operasional dari asuransi syariah tidak diatur secara spesifik dalam Al-Quran dan juga Sunnah, seperti lembaga asuransi yang menemukan adanya aturan *ijma'* maupun *qiyas* dalam operasional asuransi yang kemudian dianggap sebagai ketentuan rujukan. Meskipun begitu Al-Quran tetap dianggap sebagai sumber hukum utama yang menjelaskan tentang nilai-nilai dasar dalam asuransi syariah, seperti nilai tolong menolong, nilai kerja sama, serta semangat dalam mencegah risiko kerugian di masa depan.

Firman Allah dalam QS. Al-Maidah ayat 2 :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ
الْعِقَابِ

Artinya :

“Dan tolong menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan takwa, dan jangan

³⁴ Sula, *Asuransi Syariah (Life and General): Konsep Dan Sistem Operasional*.

³⁵ Lusiana Ayu Agustina Hanafi, “Jurnal Syar ’ Insurance (Sijas) Issn : 2460-5484” 7, no. 2 (2021).

tolong menolonglah kamu dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya". (Q.S Al-Maidah ayat 2)

Ayat diatas menjelaskan tentang anjuran untuk memiliki sikap saling bekerja sama dan saling membantu, kaitannya dengan asuransi sudah sangat jelas dengan ikut asuransi syariah maka berarti satu sama lain saling membantu dan saling menolong untuk sama-sama mengatasi kerugian dan kesulitan yang dialami sebab musibah yang tidak terduga akan terjadi. Dan Allah juga melarang untuk tidak tolong menolong dalam berbuat dosa atau pelanggaran karena siksa Allah sangat berat.

Berdasarkan tafsir Quraish Shihab : *"Hendaknya kalian, wahai orang-orang Mukmin, saling menolong dalam berbuat baik dan dalam melaksanakan semua bentuk ketaatan dan jangan saling menolong dalam berbuat kemaksiatan dan melanggar ketentuan-ketentuan Allah. Takutlah hukuman dan siksa Allah, karena siksa-Nya amat kejam bagi orang-orang yang menentang-Nya. Ayat ini menunjukkan bahwa Al-Quran telah terlebih dahulu beberapa ratus tahun menganjurkan konsep kerjasama dalam kebaikan, dibanding semua undang-undang positif yang ada."*³⁶

4. Akad Asuransi Syariah

Asuransi syariah menerapkan beberapa akad di dalamnya yaitu:³⁷

- a. Akad *Al-Musyarakah*, adalah akad yang diterapkan pada sesama para peserta asuransi yang memegang hak polis.
- b. Akad *Al-Wakalah*, adalah akad yang dijalankan pada perusahaan yang menugasi dalam pengelolaan dana yang terhimpun, bilamana perusahaan juga dipercaya memproses pengembangan dana maka akadnya disebut akad *Al-Mudharabah*.
- c. Akad hibah yang sifatnya mengikat, adalah akad yang berlaku pada pemegang polis dan badan dana pada perjanjian awal, yang kemudian akan mengklaim ganti rugi yang diberi badan dana yang akadnya disebut *Al-Iltizam*.

5. Produk-Produk Asuransi Syariah

Produk asuransi syariah terbagi menjadi dua jenis yaitu:³⁸

- a. Produk yang memiliki unsur tabungan, produk dengan unsur tabungan merupakan

³⁶ Muhammad Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*, 2001.

³⁷ Hanafi, "Jurnal Syar' Insurance (Sijas) Issn : 2460-5484."

³⁸ Yanti, "Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Produk, Citra Perusahaan Asuransi Syariah Terhadap Kesadaran Masyarakat Berasuransi Syariah."

sebuah premi yang dibayarkan oleh peserta pada perusahaan asuransi dan dimasukkan kedalam dua rekening yaitu rekening tabungan dan rekening khusus. Contoh produk dengan unsur tabungan adalah: Produk asuransi dana pendidikan, Program dana haji, Dana pensiun dan Program unit link.

- b. Produk yang tidak memiliki unsur tabungan, maksudnya adalah suatu premi yang dibayarkan oleh peserta hanya dimasukkan kedalam satu rekening saja yaitu rekening khusus biasa disebut rekening *tabbaru*. Konsep dana *tabbaru* yaitu dana yang diniatkan oleh peserta untuk saling tolong menolong apabila ada peserta lain yang terkena musibah. Program ini biasanya adalah produk dengan program kecelakaan diri, program kecelakaan siswa, program kecelakaan diri kumpulan, dan program asuransi kesehatan kumpulan.

2.2.2 Minat

Minat merupakan suatu kecenderungan yang berhubungan dengan perasaan, terutama perasaan senang terhadap suatu hal yang dianggapnya menarik dan berharga atau sesuai dengan kebutuhannya serta memberikan kepuasan tersendiri. Seseorang akan melakukan suatu hal yang dirasa cocok dengan kebutuhannya dan juga menyenangkan baginya.³⁹

Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu hal yang mereka inginkan, dan mereka bebas memilihnya. Bila seseorang melihat suatu yang menguntungkan dan menyenangkan, mereka pasti akan merasa berminat. Minat akan mendatangkan kepuasan, dan apabila kepuasan itu berkurang maka minat pun akan ikut berkurang. Semakin sering minat dilakukan atau diekspresikan maka minat tersebut akan semakin kuat, dan sebaliknya apabila minat tidak disalurkan maka akan semakin padam.

Minat diartikan sebagai kondisi dimana seseorang sebelum melakukan tindakan, minat juga merupakan kesadaran atau ketertarikan seseorang terhadap suatu objek, atau situasi tertentu yang mempunyai keterkaitan dengan dirinya. Minat ini dianggap sebagai aspek psikologis seseorang yang menaruh perhatian tinggi terhadap kegiatan tertentu dan juga mendorong yang bersangkutan untuk

³⁹ Suparyanto dan Rosad (2015) *Suparyanto Dan Rosad (2015, vol. 5, 2020.*

melakukan kegiatan tersebut.⁴⁰

Minat adalah bagian dari komponen perilaku konsumen. Minat ini merupakan komponen yang ada dalam sikap konsumen, yaitu kecenderungan responden dalam mengambil keputusan pembelian yang sebenarnya dilaksanakan. Faktor yang mempengaruhi minat itu ada dua yaitu: yang berasal dari dalam diri individu seperti pengalaman atau pun yang kedua yaitu keperibadian yang berasal dari lingkungan sekitarnya.

Literasi asuransi syariah adalah salah satu bentuk kegiatan dalam hal mendukung pertumbuhan keuangan syariah dimasa depan, dengan adanya pemahaman dan kesadaran menjadi kunci pertumbuhannya asuransi syariah. Dalam literasi asuransi syariah suatu kemampuan individu dalam memahami dan mengevaluasi informasi mengenai asuransi syariah yang dijalankan berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah secara menyeluruh dan juga spesifik agar mengetahui manfaat, keuntungan dan implikasi yang mungkin timbul apabila mendaftar sebagai peserta asuransi syariah, dengan adanya pemahaman terhadap asuransi syariah maka dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan terhadap konsekuensi yang mungkin akan terjadi. Pentingnya pemahaman asuransi syariah akan berpengaruh terhadap keputusan dalam hal berasuransi, asuransi syariah juga dijelaskan dalam Al-Quran dan Sunnah Nabi SAW.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat, diantaranya sebagai berikut:⁴¹

1. Perbedaan gender, gender sangat mempengaruhi perbedaan minat antara perempuan dengan laki-laki, keduanya memiliki kebutuhan yang sama namun minat yang berbeda. Seperti halnya dalam hal belanja, perempuan cenderung lebih minat belanja untuk kebutuhan fashion, dan lainnya sesuai dengan perkembangan zaman, sedangkan laki-laki biasanya minat belanjanya lebih mengikuti hobi contohnya saat laki-laki menyukai motor maka dia akan membelanjakan uangnya untuk memperbaiki motornya, dan masih banyak contoh lainnya.

⁴⁰ Aswir and Hasanul Misbah, "Pengaruh Literasi Asuransi Terhadap Minat Nasabah (Studi Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Kantor Cabang Lampung)," *Photosynthetica* 2, no. 1 (2018).

⁴¹ Pramudya and Rahmi, "Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah."

2. Perbedaan usia, antara anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua merupakan perbedaan usia yang memiliki perbedaan minat dalam berbagai hal, seperti dalam hal kebutuhan sehari-hari, kegiatan yang ingin dilakukan, dan masih banyak lainnya.
3. Perbedaan hobi atau kesukaan, hobi diartikan sebagai hal yang digemari oleh seseorang, ini berkaitan dengan waktu luang seseorang yang diisi dengan hal-hal yang disukainya. Dalam hal ini dipastikan setiap orang memiliki minat yang berbeda-beda.
4. Perbedaan pekerjaan, dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang memiliki tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, apa saja kegiatan yang akan dilakukannya, dan juga berdasarkan waktu luang mereka serta hal penting lainnya yang ingin mereka kerjakan.
5. Perbedaan sosial ekonomi, perbedaan sosial ekonomi sangat jelas terlihat dari segi kemampuan seseorang untuk mencapai hal yang diinginkannya, seseorang yang memiliki ekonomi tinggi akan lebih mudah dalam memenuhi keinginannya, sedangkan seseorang yang memiliki ekonomi rendah akan lebih sulit mencapai keinginannya.

Firman Allah dalam Surat Ar-Ra'ad ayat 11:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ

Artinya :

“Sesungguhnya Allah Tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.” (Q.S Ar-Ra’ad: 11)

Maksud dari surat diatas yaitu Allah tidak akan pernah merubah keadaan suatu kaum jika mereka tidak merubah nya untuk mereka sendiri, disaat seseorang memiliki keinginan maka seorang tersebut harus berusaha untuk mencapai keinginan nya tersebut, sebaliknya jika seseorang memiliki keinginan atau minat terhadap suatu hal namun tidak berusaha untuk menggapainya maka keadaan nya akan tetap seperti itu dan tidak ada yang berubah, Allah maha kuasa maka sudah pasti Allah akan selalu memberi jalan kemudahan bagi kaumnya yang ingin mencapai suatu hal asalkan selalu ikhtiar kepada Allah SWT.

Berdasarkan Tafsir Quraish Shihab : “*Sesungguhnya Allah lah yang memelihara kalian. Setiap manusia memiliki sejumlah malaikat yang bertugas atas perintah Allah menjaga dan memeliharanya. Mereka ada yang menjaga dari arah depan dan ada juga yang menjaga dari arah belakang. Demikian pula, Allah tidak akan mengubah nasib suatu bangsa dari susah menjadi bahagia, atau dari kuat menjadi lemah, sebelum mereka sendiri mengubah apa yang ada pada diri mereka sesuai dengan keadaan yang akan mereka jalani. Apabila Allah berkehendak memberikan bencana kepada suatu bangsa, tidak akan ada seorang pun yang dapat melindungi mereka dari bencana itu. Tidak ada seorang pun yang mengendalikan urusan kalian hingga dapat menolak bencana itu.*”⁴²

2.2.3 Generasi Milenial

Milenial atau *Millennials* mulai dicetuskan oleh William Strauss dan Neil Howe pada tahun 1987 dikutip dari penelitian Pramudya dan Rahmi. Istilah milenial ini diberikan pada generasi yang lahir pada tahun 1982 sampai tahun 2000, yang pada saat ini kisaran umurnya 40 tahun dan yang paling muda 23 tahun atau usia masih awal menginjak dunia kerja. Keduanya menulis tentang generasi ini dalam bukunya yang berjudul *Generation: The History of America's Future Generations dan Millennials Rising: The Next Great Generation*.⁴³

Teori Strauss-Howe sebagaimana dikutip oleh Reynaldi Satrio Nugroho mendefinisikan arti generasi sebagai agregat dari semua orang yang terlahir selama rentang waktu kurang lebih dua puluh tahun. Selain itu juga terdapat tiga kriteria yang harus dimiliki dari sebuah generasi yaitu usia lokasi dalam sejarah, kepercayaan dan perilaku yang sama, keanggotaan periode yang sama.⁴⁴

Generasi milenial merupakan generasi yang muncul akibat dari fenomena globalisasi yang menyebar keseluruh penjuru dunia dan berhasil memunculkan gadget yang lahir antara tahun 1981 – 2000, generasi milenial juga sering disebut sebagai generasi Y. Generasi milenial adalah generasi sosial yang telah melek dan *adaptable* terhadap perkembangan teknologi. Generasi milenial lebih memanfaatkan teknologi untuk melakukan aktivitasnya karena dianggap lebih mempermudah aktivitas sehari-hari. Generasi milenial juga memiliki karakteristik yang berbeda-beda berdasarkan pada

⁴² Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*.

⁴³ Pramudya and Rahmi, “Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.”

⁴⁴ Reynaldi Satrio Nugroho, “Pengantar Teori Generasi Strauss-Howe,” 21 May, last modified 2016, <https://medium.com/@reysatrio/pengantar-teori-generasi-strauss-howe-8c59f051eb7>.

wilayah dan kondisi sosial ekonomi. Meski begitu, generasi milenial tetap dianggap sebagai generasi yang ditandai peningkatan penggunaan dan keakraban dalam komunikasi, media, dan teknologi.⁴⁵

Generasi milenial juga memiliki sifat yang toleran terhadap sesama. Hal ini dipengaruhi adanya arus globalisasi yang semakin cepat, dimana generasi milenial dapat berinteraksi dengan manusia dari berbagai belahan dunia. Adanya arus globalisasi berhasil menciptakan interaksi yang lebih luas antara manusia, yang tidak terhalang oleh batas antara satu negara dengan negara lainnya. Oleh karena itu, globalisasi membuat generasi milenial lebih terbuka terhadap perbedaan, wawasan serta keberagamannya menjadi lebih luas menimbulkan sifat toleran generasi milenial lebih tinggi.

Pada saat ini tahun 2023, generasi milenial berada pada usia yang matang dan telah memahami tentang literasi keuangan. Usia 23-40 tahun merupakan usia pada masa telah terjun ke dunia kerja, dan telah banyak menghadapi tantangan-tantangan yang tentu tidak mudah untuk diselesaikan. Generasi milenial pada usia segitu juga telah memiliki keluarga sehingga sudah sangat paham tentang hal-hal yang harus dipersiapkan untuk masa depan. Berbagai risiko yang mungkin akan terjadi, tentunya generasi milenial sudah paham tentang bagaimana untuk mengatasinya, seperti contohnya memiliki asuransi, baik asuransi kesehatan, maupun asuransi lainnya. Oleh karena itu generasi milenial dianggap sebagai objek yang sangat tepat dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh terkait minat menggunakan asuransi syariah.

2.2.4 Literasi Asuransi

Literasi merupakan bentuk sosialisasi pengetahuan tertentu yang bertujuan untuk memperoleh sebuah peningkatan kemampuan dan lebih memahami tentang suatu pengetahuan. Bentuk perwujudan dari literasi dapat berupa tulisan, penyuluhan, media sosial *platform* internet dan lain sebagainya. Literasi ada banyak macamnya, diantaranya literasi keuangan yang merupakan suatu kemahiran seseorang dalam

⁴⁵ Irfan, Ashal, and Aulia, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah."

melakukan suatu tindakan mengambil keputusan yang berkaitan dengan keuangan secara efektif.⁴⁶

Literasi keuangan tidak sebatas paham mengenai keuangan, namun banyak bagian dari literasi keuangan, karena keuangan memiliki bagian-bagian yang sangat penting untuk dipahami. Salah satu bagian dari keuangan adalah asuransi. Literasi asuransi dianggap penting untuk masyarakat, oleh karena itu perlu adanya edukasi tentang asuransi itu dengan tujuan masyarakat dapat memahami secara luas agar dapat membantu meringankan dan membantu mengatasi risiko-risiko yang tidak dapat diprediksi atau akan terjadi.

Literasi asuransi syariah adalah salah satu bentuk kegiatan dalam hal mendukung pertumbuhan keuangan syariah dimasa depan, dengan adanya pemahaman dan kesadaran menjadi kunci pertumbuhannya asuransi syariah. Dalam literasi asuransi syariah suatu kemampuan individu dalam memahami dan mengevaluasi informasi mengenai asuransi syariah yang dijalankan berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah secara menyeluruh dan juga spesifik agar mengetahui manfaat, keuntungan dan implikasi yang mungkin timbul apabila apabila mendaftar sebagai peserta asuransi syariah, dengan adanya pemahaman terhadap asuransi syariah maka dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan terhadap konsekuensi yang mungkin akan terjadi. Pentingnya pemahaman asuransi syariah akan berpengaruh terhadap keputusan dalam hal berasuransi, asuransi syariah juga dijelaskan dalam Al-Quran dan Sunnah Nabi Muhammad SAW.⁴⁷

Terdapat beberapa komponen penting dari pengetahuan dan kemampuan literasi asuransi yang dianggap sebagai indikator literasi asuransi syariah, yakni:⁴⁸

1. Pengetahuan dasar dalam memahami asuransi syariah.
2. Memahami ciri-ciri utama dari layanan dasar asuransi syariah, sikap dalam menggunakan asuransi syariah, serta memahami, menyadari pentingnya membaca dan memeliharanya.

⁴⁶ Pramudya and Rahmi, "Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah."

⁴⁷ Aswir and Misbah, "Pengaruh Literasi Asuransi Terhadap Minat Nasabah (Studi Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Kantor Cabang Lampung)."

⁴⁸ Ibid.

3. Paham dan sadar akan mengenai risiko – risiko yang berhubungan dengan produk asuransi syariah.
4. Mengetahui manfaat dan keuntungan serta anjuran yang didapat setelah menggunakan asuransi syariah.

Secara garis besar menurut penjelasan tersebut indikator literasi asuransi syariah meliputi pemahaman atas dasar pengetahuan tentang suatu konsep asuransi syariah, kecakapan dalam mengetahui sifat dan manfaat asuransi syariah, sadar akan risiko yang berhubungan dengan produk asuransi syariah, serta keyakinan dalam membuat perencanaan guna menghadapi risiko – risiko yang tidak dapat diprediksi akan terjadi.

Firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 121:

الَّذِينَ آتَيْنَاهُمُ الْكِتَابَ يَتْلُونَهُ حَقَّ تِلَاوَتِهِ أُولَٰئِكَ يُؤْمِنُونَ بِهِ ۗ وَمَنْ يَكْفُرْ بِهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ
الْخَاسِرُونَ

Artinya:

“Orang-orang yang telah Kami berikan Al-Kitab kepadanya, mereka membacanya dengan bacaan yang sebenarnya, mereka itu beriman kepadanya. Dan barang siapa yang ingkar kepadanya, maka mereka itulah orang-orang yang rugi”. (Surat Al-Baqarah ayat 121)

Dalam surat diatas mengajak umat manusia untuk selalu membaca dengan bacaan yang sebenar-benarnya sesuai dengan yang telah diterangkan dalam Al-Quran. Dengan membaca dengan benar maka akan menghindarkan manusia dari informasi yang simpang siur, menjadi informasi yang sebenar-benarnya. Dan ayat diatas menerangkan membaca agar manusia menjadi orang yang tidak merugi.

Berdasarkan tafsir Quraish Shihab: *“Akan tetapi, masih ada di sana sebagian pengikut dari umat yang kepada mereka Kami turunkan Tawrât dan Injil, (pengikut agama Yahudi dan Nasrani) yang mengkaji kitab suci mereka yang otentik dengan sungguh-sungguh, sehingga mereka mengetahui mana yang palsu. Mereka beriman pada ajaran yang terkandung di dalamnya yang berarti beriman pula pada al-Qur’ân. Barangsiapa yang mengingkari kebenaran kitab suci yang diturunkan oleh Tuhan maka mereka itu adalah orang-orang yang merugi”*.⁴⁹

⁴⁹ Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*.

2.2.5 Pendapatan

Pendapatan dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai hasil suatu usaha atau hal lainnya. Sedangkan dalam kamus manajemen pendapatan diartikan sebagai sejumlah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan atau pun organisasi lainnya dalam bentuk gaji, upah, sewa, bunga, komisi atau laba (keuntungan).⁵⁰

Pendapatan adalah salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur kesejahteraan seseorang atau masyarakat, pendapatan masyarakat ini dapat mencerminkan kemajuan ekonomi pada suatu masyarakat. Pendapatan yang diperoleh seseorang tergantung pada pekerjaan orang tersebut, dibidang jasa atau produksi, dan juga berdasarkan jam kerjanya. Pendapatan dikatakan sebagai jumlah penghasilan seseorang yang diterima selama periode tertentu berdasarkan jenis pekerjaannya, prestasi dan juga lamanya bekerja.⁵¹

Pendapatan berdasarkan waktu penerimaan dan jumlahnya dibagi menjadi dua, antara lain:

1. Pendapatan Tetap

Adalah pendapatan yang dapat diukur berdasarkan pada periode penerimaannya secara rutin (*continue*) beserta dengan jumlah diterimanya. Sebagai contoh pendapatan yang tergolong pada pendapatan tetap adalah gaji honor tetap, tunjangan tetap, dan lainnya. Periode penerimaannya bisa mingguan, bulanan atau bahkan tahunan seperti contohnya tunjangan hari raya (THR).

2. Pendapatan Tidak Tetap

Adalah pendapatan yang arus penerimaan kas masuknya secara tidak tetap dalam setiap waktu penerimaannya atau dikatakan tidak rutin, dan besarnya jumlah pendapatan yang diterima juga tidak tetap. Dalam hal ini contohnya adalah bonus atau komisi dari suatu pekerjaan yang tidak tetap.

Menurut Ummu Sakinah dkk dalam yang dikutip dari penelitian Yanti, mengatakan bahwa pendapatan merupakan suatu imbalan yang diterima oleh seseorang dari hasil pekerjaan yang telah dia lakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup atau

⁵⁰ Yanti, "Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Produk, Citra Perusahaan Asuransi Syariah Terhadap Kesadaran Masyarakat Berasuransi Syariah."

⁵¹ Baiq Fitri Arianti, "Pengaruh Pendapatan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Akuntansi* 10, no. 1 (2020).

rumah tangganya sesuai dengan upah minimum perkapita suatu daerah. Pendapatan pada umumnya diterima dalam bentuk uang.⁵²

Dalam suatu negara tingkat kesejahteraan masyarakatnya diukur dari pendapatan perkapitanya, pendapatan perkapita masyarakat Indonesia saat ini dikatakan masih rendah dari negara lainnya. Hal tersebut dianggap sebagai salah satu penyebab masih rendahnya minat masyarakat untuk berasuransi syariah, karena pendapatan perkapitanya masih rendah sehingga tidak memungkinkan untuk memasukkan asuransi syariah sebagai kebutuhan primernya. Sehingga dari beberapa penelitian menunjukkan bahwa mereka yang telah menggunakan asuransi syariah merupakan golongan masyarakat yang telah berpendapatan tinggi.⁵³

Berdasarkan paragraf diatas menggambarkan bahwa besarnya pendapatan masyarakat akan mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan asuransi syariah, jika semakin tinggi pendapatan seseorang maka minat untuk menggunakan asuransi syariah juga akan semakin besar. Oleh karena itu, penting bagi para perusahaan asuransi syariah untuk mengetahui besarnya pendapatan masyarakat sebagai sasaran konsumen untuk membeli produk-produk asuransi syariah yang ditawarkan.

Indikator yang mengukur pendapatan:

1. Kemampuan Memenuhi Kebutuhan Sehari-Hari

Pendapatan digunakan untuk memenuhi kebutuhan seseorang, besarnya pendapatan tidak dapat dipastikan bisa memenuhi kebutuhan hidup. Pendapatan dapat diukur dari seberapa besar kebutuhan seseorang sehari-hari dengan cara pembagian kebutuhan sesuai yang dibutuhkannya.

2. Daya Beli

Sama halnya dengan poin pertama, pendapatan yang telah cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari belum tentu dapat memenuhi daya beli. Dikarenakan seseorang dapat menggunakan pendapatannya untuk hal-hal yang tak terduga baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Oleh karena itu daya beli menjadi alat ukur pendapatan yang berdasar dari perilaku seseorang dalam menggunakan pendapatannya.

⁵² Yanti, "Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Produk, Citra Perusahaan Asuransi Syariah Terhadap Kesadaran Masyarakat Berasuransi Syariah."

⁵³ Ibid.

Firman Allah SWT dalam surat Al-Jumu'ah ayat 10 :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya:

“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”. (Surat Al-Jumu'ah ayat 10)

Allah SWT memerintahkan umatnya untuk beribadah kepada-Nya dan mencari karunia-Nya sebanyak-banyaknya. Jadi kita sebagai umat muslim wajib beribadah kepada Allah tetapi harus tetap ikhtiar di dunia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, hidup ini harus seimbang antara dunia dan akhirat.

Berdasarkan tafsir Quraish Shihab : *“Apabila kalian telah melakukan salat, maka bertebaranlah untuk berbagai kepentingan. Carilah karunia Allah dan berzikirlah kepada-Nya banyak-banyak, dalam hati maupun dan dengan ucapan. Mudah-mudahan kalian memperoleh keberuntungan dunia dan akhirat.”*⁵⁴

2.2.6 Promosi

Menurut Tjiptono yang dikutip dari penelitian Absyarina Tantiya, promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Tjiptono juga menyampaikan bahwa promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran.⁵⁵ Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan suatu kegiatan untuk menyampaikan informasi atau berkomunikasi antara penjual dan pembeli potensial yang bersifat menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran untuk menciptakan permintaan atas produk barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

Promosi dalam bisnis syariah merupakan kegiatan yang dilakukan dengan tujuan

⁵⁴ Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*.

⁵⁵ Absyarina Tantiya, “PENGARUH PREMI, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH PADA PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA CABANG BANDA ACEH” (2019).

untuk meningkatkan jumlah penjualan. Promosi dilakukan oleh perusahaan asuransi secara korporat akan lebih mempermudah agen asuransi dalam memasarkan produk asuransi yang dimilikinya. Peran promosi dilakukan guna berkomunikasi dan mempengaruhi calon konsumen agar tertarik pada produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi. Promosi pada hakikatnya merupakan sebuah seni untuk merayu pelanggan atau calon konsumen agar membeli lebih banyak produk yang ditawarkan oleh perusahaan.⁵⁶

Ada berbagai cara dalam melakukan promosi dan juga sebagai indikator dalam promosi diantaranya sebagai berikut:⁵⁷

1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan suatu kegiatan dengan cara menawarkan produk, jasa atau ide suatu perusahaan kepada individu atau sekelompok masyarakat baik dilakukan secara langsung maupun dengan penyampaian seperti berita tertentu. Jadi dapat disimpulkan bahwa periklanan ini merupakan kegiatan yang menyebarkan berita kepada masyarakat. Namun periklanan tidak gratis, melainkan perlu mengeluarkan biaya jika ingin memasang iklan.

Contoh periklanan yang biasa dilakukan oleh perusahaan seperti memasang iklan di tv, papan pengumuman, atau media sosial dengan menampilkan desain yang menarik sehingga membuat calon konsumen tertarik pada produk, jasa atau ide yang diiklankan.

Kegiatan periklanan ini adalah suatu alat untuk membuka komunikasi dua arah diantara penjual dan juga pembeli, karena dengan adanya iklan ini yang awalnya calon pembeli tidak mengetahui adanya produk tersebut kemudian menjadi tahu bahkan tertarik untuk memilikinya setelah melihat iklan tersebut. Dalam periklanan ada beberapa hal yang harus diperhatikan sebagai fungsi dari periklanan tersebut yaitu iklan yang memberikan informasi, bersifat membujuk dan mempengaruhi, dapat menciptakan kesan, memuaskan keinginan, dan juga menjadi alat komunikasi.

⁵⁶ Sri dan Kasmirudin Mulyani, "Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Asuransi Pada PT. Asuransi Takaful Umum Cabnag Pekanbaru" (2020).

⁵⁷ Hanafi, "Jurnal Syar ' Insurance (Sijas) Issn : 2460-5484."

2. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Personal Selling merupakan komunikasi persuasif seseorang secara individual kepada calon pembeli dengan maksud agar menimbulkan permintaan. Penjualan pribadi suatu kegiatan promosi yang dilakukan antara individu yang sering ditemui dengan maksud tujuan agar menciptakan, memperbaiki, menguasai serta mempertahankan agar tercapai suatu hubungan pertukaran yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

3. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Sales Promotion merupakan salah satu bentuk kegiatan promosi yang dilakukan dengan menggunakan alat peragaan, pemeran, demonstrasi, hadiah, contoh produk dan lain sebagainya.

4. Publisitas

Publisitas adalah kegiatan promosi yang hampir sama seperti periklanan, promosi dilakukan melalui media masa namun informasi yang diberikan tidak dalam bentuk iklan tetapi berupa berita. Biasanya suatu lembaga atau perusahaan yang dipublikasikan tidak mengeluarkan biaya sedikit pun tapi hal ini bisa merugikan jika lembaga yang dipublikasikan diberitakan kejelekannya.

Perusahaan asuransi sangat berhak untuk mempromosikan produk-produk yang dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung, karena dengan promosi calon konsumen menjadi tahu tentang produk yang dimiliki. Promosi juga dikatakan sebagai arus informasi satu arah dengan tujuan untuk mengarahkan seseorang atau suatu organisasi untuk melakukan tindakan yang akan menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Firman Allah SWT Surat Al-Baqarah ayat 2 :

ذٰلِكَ الْكِتٰبُ لَا رَيْبَ فِيْهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِيْنَ

Artinya:

”Kitab (Al-Quran) ini tidak ada keraguan padanya, petunjuk bagi mereka yang bertaqwa.” (Al Baqarah ayat 2)

Berdasarkan ayat diatas menjelaskan bahwa Al-Quran merupakan kitab yang tidak memiliki keraguan, sangat sempurna kitab Allah ini. Ayat diatas menggambarkan kepada umat Islam bahwa Al-Quran sangat sempurna dan petunjuk bagi mereka yang

ber taqwa, maka umat Islam akan tertarik dan sadar bahwa Al-Quran itu sangat sempurna, sehingga akan membuat umat Islam mengamalkan Al-Quran mulai dari membacanya hingga menerapkan dalam kehidupan sehari-hari. Jadi ayat tersebut seperti mempromosikan Al-Quran dengan tujuan untuk mengajak umat Islam mengamalkannya.⁵⁸

Berdasarkan tafsir Quraish Shihab: *“Inilah kitab yang sempurna, yaitu Al-Quran yang telah Kami turunkan. Orang-orang yang berakal sehat tidak akan dihindari rasa ragu bahwa Al-Quran diturunkan oleh Allah Swt. dan membenarkan apa-apa yang terdapat di dalamnya berupa hukum, kebenaran dan petunjuk yang berguna bagi orang-orang yang siap mencari kebenaran, menghindari bahaya dan sebab yang menjurus kepada hukuman.”*⁵⁹

2.2.7 Religiusitas

Religiusitas adalah keyakinan dan sikap pribadi terhadap adanya hal-hal yang sakral. Religiusitas adalah unsur yang memungkinkan seseorang memiliki keyakinan agama, bukan sekadar mengaku memiliki keyakinan agama. Religiusitas mencakup beberapa unsur yaitu pengetahuan agama, perilaku beragama, keyakinan beragama, praktik keagamaan, dan sikap sosial terhadap agama. Pada dasarnya, religiusitas adalah citra seseorang, yang tercermin melalui akidah, moral dan hukum islam seseorang.⁶⁰

Religiusitas memiliki beberapa fungsi bagi setiap orang, beberapa diantaranya adalah:⁶¹

a. Menjaga Moral Seseorang

Agama mengajarkan umatnya untuk mematuhi peraturan yang telah ditetapkan, yaitu menjadikan manusia berperilaku, berpikir dan bertindak sesuai dengan agama yang dianutnya. Dengan adanya peraturan tersebut, individu atau masyarakat akan memiliki beberapa bentuk validitas dan juga pembenaran dalam kehidupan mereka.

b. Menjaga Frustrasi Seseorang

⁵⁸ Rizki Syahputra, “Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan,” *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)* 6, no. 2 (2019).

⁵⁹ Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*.

⁶⁰ Pramudya and Rahmi, “Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.”

⁶¹ Dhepril Puradi Rachmatullah, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah” (2020).

Rasa frustrasi tersebut biasanya mengarah pada perilaku religius, karena orang tersebut tidak mendapatkan apa yang diinginkannya, dalam hal ini seseorang akan berdoa kepada Tuhan untuk kebutuhannya melalui serangkaian ibadah.

c. Memuaskan Rasa Ingin Tahu

Agama dapat membekali manusia dengan intelektualitas, melalui ilmu agama manusia dapat menyerap keinginannya baik dari aspek *survival* maupun aspek psikologis.

Menurut Glock dan Stark yang dikutip dari penelitian Pramudya dan Rahmi, dimensi religiusitas digolongkan ke dalam 5 aspek yang kemudian dapat dijadikan sebagai indikator-indikator dari religiusitas.⁶²

1. Dimensi ideologi atau keyakinan erat kaitannya dengan tingkat keyakinan seseorang dalam memenuhi ajaran agamanya, terutama pada aspek vital atau aspek dasar yang berkaitan dengan aqidah. Dalam Islam, kandungan dimensi keyakinan tergolong kedalam rukun iman.
2. Dimensi ritual atau praktis adalah sebuah dimensi yang mengukur derajat ketaatan seseorang terhadap perintah syariat islam atau perintah ibadah ritual yang bersifat wajib atau sunnah dalam agamanya. Isi dari dimensi-dimensi terdapat dalam rukun Islam, ungkapan kitab suci, bacaan doa, dzikir dan lain-lain.
3. Dimensi pengalaman (eksperiensial) berkaitan dengan derajat pergolakan emosional yang dibangkitkan oleh individu selama perjalanan keagamaan. Dimensi ini mencakup perasaan keintiman dengan Allah swt.
4. Dimensi kecerdasan/pengetahuan adalah dimensi keagamaan yang berkaitan dengan derajat wawasan dan kesadaran akan tuntunan agama yang dialami individu berdasarkan isi diimplementasikan dan diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW.

⁶² Pramudya and Rahmi, "Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah."

5. Dimensi konsekuensi berkaitan dengan sejauh mana individu didorong oleh nasihat agama. Berhubungan dengan sikap manusia terhadap manusia atau sikap sosial.

Firman Allah SWT dalam Surat Al-Jasiyah ayat 18:

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

Artinya:

“Kemudian Kami jadikan kamu berada di atas suatu syariat (peraturan) dari urusan (agama itu), maka ikutilah syariat itu dan janganlah kamu ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui”. (Al-Jasiyah ayat 18)

Ayat di atas menjelaskan tentang kesempurnaan dan kemuliaan agama Islam, dan juga tentang kewajiban untuk taat pada hukum serta syariat dan tidak condong dengan mengikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengerti tentang kebenaran agama. Karena dari hawa nafsu itu akan menyesatkan. Sebagai umat Islam wajib untuk menumbuhkan bibit keimanan dan juga keislaman didalam dirinya, bibit itu akan berkembang baik apabila memiliki keyakinan serta mengikuti aturan-aturan yang sejalan dengannya.⁶³

Berdasarkan tafsir Quraish Shihab : “Kemudian, setelah terjadi perselisihan di antara Ahl al-Kitâb itu, Kami menjadikanmu, Muhammad, sebagai seorang utusan yang berada di atas ajaran syariat agama yang jelas yang telah Kami syariatkan kepadamu dan kepada rasul-rasul sebelummu. Maka dari itu, ikutilah syariatmu yang benar dan diperkuat dengan hujah-hujah dan bukti-bukti itu. Janganlah kamu mengikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui jalan yang benar.”⁶⁴

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan upaya yang dilakukan oleh peneliti untuk mencari referensi sebagai pembandingan dalam penelitian, dengan adanya penelitian terdahulu ini peneliti menemukan inspirasi yang baru untuk penelitian selanjutnya. Selain itu kajian yang terdapat dalam penelitian terdahulu sangat membantu peneliti untuk dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orisinalitas dari penelitian. Oleh karena itu pada skema tabel

⁶³ Rachmatullah, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah.”

⁶⁴ Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*.

dibawah ini akan dijabarkan beberapa riset yang dilakukan oleh peneliti terdahulu berkaitan dengan rencana penelitian ini, sebagai berikut.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Variabel Independen	Variabel Dependen	Teori	Alat Analisis	Hasil
1	Rama Muhamad Pramudya, Mira Rahmi (2022)	Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah	Literasi Asuransi, Religiusitas, Kualitas Pelayanan	Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah	-	SPSS	Penelitian ini menunjukkan variabel literasi asuransi, religiusitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah, sementara pada uji parsial variabel religiusitas yang tidak berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah.
2.	Raudhatul Jannah Irfan, Farid Fathon y Ashal, Riza Aulia	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial	Produk, Premi, Promosi, Religiusitas	Minat Beli Generasi Milenial terhadap Produk Asuransi Jiwa Syariah	-	SPSS	Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa produk, premi, promosi dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat beli generasi milenial 0,012 (<0,05) dan variabel yang paling dominan adalah produk.

	(2020)	Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah					
3.	M. Al-Yasa Basar, Nurma Sari (2022)	Determinan Minat Berasuransi Syariah Pada Masyarakat Kota Banda Aceh	Religiusitas, Kepercayaan, Pendapatan, dan Pengetahuan	Minat Masyarakat Berasuransi Syariah	-	SPSS	Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa secara uji parsial dan uji simultan terdapat pengaruh religiusitas, kepercayaan, pendapatan dan pengetahuan secara signifikan terhadap minat berasuransi syariah pada masyarakat Kota Banda Aceh.
4.	Muhammad Rahmadion, Fitri Yetty, Muhammad Anwar Fathoni (2021)	Pengaruh Literasi Asuransi Syariah terhadap Persepsi Masyarakat dalam Memilih Asuransi Syariah di	Literasi Asuransi Syariah berupa (Akad, Pengelolaan Dana, Surplus Underwriting)	Persepsi Masyarakat dalam Memilih Asuransi Syariah di JABODETABEK	-	SPSS	Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa literasi asuransi syariah yang berupa akad dan pengelolaan dana dalam asuransi syariah berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat. Sedangkan literasi asuransi syariah berupa surplus Underwriting tidak berpengaruh signifikan

		JABOD ETABE K					terhadap persepsi masyarakat.
5.	Munawir Idris, Darmin Hartono Paulus (2020)	Sharia Life Insurance: Legal Basis and Operational Systems	Legal Basis, Operational Systems	Sharia Life Insurance	-	Qualitative Descriptive Analysis Techniques	This research results that Islamic law considers sharia insurance as a social phenomenon that is mutual help and humanity, and in Islamic law mutual responsibility is the most emphasized thing, sharia insurance is also growing in parts of the world, including Indonesia so it can be concluded that sharia insurance is in great demand by Public. while the sharia insurance operational system uses two contracts, namely <i>tabarru</i> contracts and contract <i>mudharabah</i> .
6.	Nirwana Fuziah, Heti Mulyati, Wita Juwita Ermawati	The Measurement of Efficiency and Factors That Affect	Technology, Innovation, Solvency Ratio, The Size of The Company	Efficiency of Islamic Insurance in Indonesia	-	The Orbit Regression, Multiple Regression	The results of this study indicate that the solvency ratio has an effect negative and not significant while the firm size variable has a positive relationship and not significant to Sharia

	ati (2020)	Indonesi a Sharia Insuranc e Efficienc y				General Insurance. In Sharia Life Insurance variable ratio solvency has a negative and insignificant effect. Meanwhile, the size of the company is also the same positive and not significant.
--	---------------	---	--	--	--	---

Pengaruh literasi asuransi, religiusitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah merupakan penelitian yang dilakukan oleh Pramudya dan Rahmi. Penelitian tersebut dengan penelitian kali ini sama menggunakan minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah sebagai variabel terikat.⁶⁵ Namun, ada perbedaan dalam penggunaan variabel bebasnya penulis tidak menggunakan variabel kualitas pelayanan dan penulis menambahkan variabel pendapatan dan promosi. Sehingga variabel bebas pada penelitian ini menjadi literasi asuransi, pendapatan, promosi dan religiusitas. Sedangkan fokus penelitian sebelumnya pada generasi milenial seluruh Indonesia yang belum maupun telah menggunakan asuransi syariah namun penelitian ini fokus pada generasi milenial yang belum maupun telah menjadi nasabah asuransi syariah di Wilayah Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Teknik *Purposive Sampling* dan penentuan sampel menggunakan Rumus Lameshow. Penelitian oleh Pramudya dan Rahmi variabel literasi asuransi dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah sedangkan variabel religiusitas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan asuransi syariah.⁶⁶ Penelitian Basar dan Sari menunjukkan variabel religiusitas dan pendapatan secara uji parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap minat

⁶⁵ Pramudya and Rahmi, "Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah."

⁶⁶ Ibid.

berasuransi syariah.⁶⁷ Penelitian Irfan, Ashal, dan Aulia menunjukkan variabel promosi dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat beli asuransi syariah.⁶⁸

Pada umumnya masyarakat terutama generasi milenial mengambil keputusan untuk berasuransi syariah tentunya telah memahami asuransi syariah, kemudian didukung oleh pendapatan yang cukup untuk kehidupan sehari-hari serta cukup untuk berasuransi syariah. Setelah itu masyarakat akan mencari tahu produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi syariah biasanya melalui promosi dari perusahaan-perusahaan asuransi syariah, lalu sebagai umat yang beragama Islam adanya religiusitas juga menjadi faktor penting dalam mengambil keputusan. Religiusitas merupakan gambaran sejauh mana komitmen seseorang pada agamanya dan bagaimana agamanya tersebut tercermin dalam sikap serta perilaku seseorang di kehidupan sehari-hari. Religiusitas yang dimiliki oleh seseorang dapat tercermin dari minat menggunakan asuransi syariah yang sesuai dengan kepercayaan terhadap Agama Islam.⁶⁹ Berdasarkan penjelasan tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian ini untuk membuktikan asumsi yaitu masing-masing variabel bebas: literasi asuransi, pendapatan, promosi dan religiusitas diasumsikan akan berpengaruh positif dan signifikan. Artinya, semakin meningkat literasi asuransi, pendapatan, promosi dan religiusitas maka minat menggunakan asuransi syariah juga akan semakin meningkat, serta perubahannya bermakna.

2.4 Kerangka Pemikiran

Melihat kondisi saat ini, literasi asuransi syariah di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, namun hal ini dapat dikatakan masih tergolong minim. Ada berbagai elemen yang dapat berkontribusi terkait faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat literasi asuransi syariah. Seperti faktor dari dalam (internal) dan faktor dari luar (eksternal). Faktor dari dalam (internal) adalah faktor yang muncul dari dalam diri seseorang dan faktor dari luar (eksternal) adalah faktor yang muncul dari luar kendali seseorang seperti lingkungan. Tinggi rendahnya tingkat literasi asuransi syariah juga mempengaruhi seberapa besar minat masyarakat dalam menggunakan asuransi syariah itu sendiri. Dalam penelitian kali ini

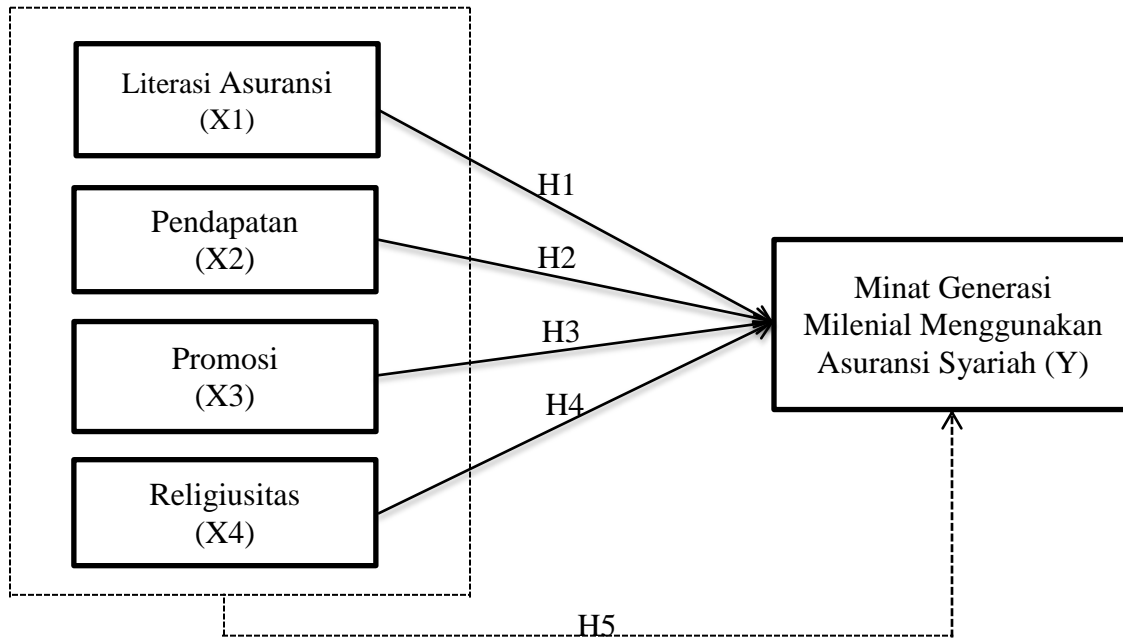
⁶⁷ Basar and Sari, "Determinan Minat Berasuransi Syariah Pada Masyarakat Kota Banda Aceh."

⁶⁸ Irfan, Ashal, and Aulia, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah."

⁶⁹ Mahardika, "PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI DENGAN SIKAP KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Pengguna Kosmetik Wardah Di Yogyakarta)."

penulis ingin mencoba menjelaskan pengaruh literasi asuransi, pendapatan, promosi dan religiusitas terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan asuransi syariah. Oleh karena itu, struktur konseptual pemikiran peneliti digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.
Kerangka Pemikiran



Berdasarkan kerangka tersebut variabel literasi asuransi, pendapatan, promosi dan religiusitas diduga akan berpengaruh terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah.

2.5 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai jawaban awal dalam suatu masalah yang diajukan oleh peneliti atau bagian sub-bab dari masalah yang diberikan dalam tujuan pustaka kemudian akan diperiksa kembali dan diuji kebenarannya. Teori tersebut apakah akan ditolak atau didukung berdasarkan bukti ilmiah.⁷⁰

Sebuah hipotesis dalam penelitian ini dikembangkan untuk memberikan arahan dan juga panduan dalam melakukan penelitian. Berikut hipotesis yang diuji dalam penelitian ini:

⁷⁰ Irfan, Ashal, and Aulia, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah."

2.5.1 Pengaruh Literasi Asuransi terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah

Literasi asuransi merupakan hal penting untuk masyarakat, oleh karena itu perlu adanya edukasi tentang asuransi itu dengan tujuan masyarakat dapat memahami secara luas agar dapat membantu meringankan dan membantu mengatasi risiko-risiko yang tidak dapat diprediksi atau akan terjadi. Literasi asuransi meliputi pemahaman atas dasar pengetahuan tentang suatu konsep asuransi, kecakapan dalam mengetahui sifat dan manfaat asuransi, sadar akan risiko yang berhubungan dengan produk asuransi, serta keyakinan dalam membuat perencanaan guna menghadapi risiko – risiko yang tidak dapat diprediksi akan terjadi.⁷¹

Theory of Planned Behavior (TPB) dianggap mampu untuk mendukung penelitian ini. Teori ini memberikan pengertian terkait kontrol perilaku yang dirasakan oleh seseorang yang telah mengetahui konsekuensi dari adanya perilaku tersebut, sehingga seseorang itu dapat mengantisipasi suatu tindakan atau keputusan. Artinya, jika seseorang memiliki sikap positif dalam memproteksi diri, mendapatkan dukungan dan informasi dari orang lain, serta memiliki akses yang mudah untuk memahami tentang asuransi, maka tingkat literasi asuransi pada generasi milenial akan lebih tinggi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rama Muhamad Pramudya dan Mira Rahmi dengan judul penelitian “Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah” menunjukkan bahwa literasi asuransi berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan asuransi syariah.⁷² Artinya, jika terjadi peningkatan literasi pada generasi milenial, maka minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah pun akan semakin tinggi.

H1 : Literasi Asuransi Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.

⁷¹ Nirwana Fauziah, Heti Mulyati, and Wita Juwita Ermawati, “The Measurement of Efficiency and Factors That Affect Indonesia Sharia Insurance Efficiency,” *Jurnal Aplikasi Manajemen* 18, no. 2 (2020).

⁷² Pramudya and Rahmi, “Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.”

2.5.2 Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah

Pendapatan adalah salah satu unsur yang sangat penting dalam perekonomian, karena dapat meningkatkan drajat hidup orang banyak. Pendapatan dapat berupa upah, gaji atau komisi yang didapatkan dari pekerjaan yang dilakukannya, pekerjaan tersebut dapat berupa dari kegiatan produksi maupun jasa. Besar kecilnya pendapatan seseorang dipengaruhi oleh jenis pekerjaan dan juga lama waktunya bekerja. Jadi pendapatan merupakan segala sesuatu yang didapat dari hasil usaha baik uang maupun barang. Pendapatan tergolong pada dua bagian yaitu pendapatan tetap dan pendapatan tidak tetap.⁷³

Theory of Planned Behavior (TPB) dalam hal pendapatan ini menjelaskan tentang perilaku seseorang tergantung pada sikap yang akan diperolehnya. Artinya, saat pendapatan seseorang semakin tinggi maka minat menggunakan asuransi syariah juga akan semakin tinggi. Hal ini didasarkan pada keyakinan bahwa dengan menyisihkan pendapatannya untuk berasuransi syariah akan memproteksi dan menguntungkan baginya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh M. Al-Yasa Basar dan Nurma Sari dengan judul penelitian “Determinan Minat Berasuransi Syariah Pada Masyarakat Kota Banda Aceh” menunjukkan bahwa secara uji parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berasuransi syariah pada Masyarakat Kota Banda Aceh.⁷⁴ Artinya, semakin besar tingkat pendapatan maka akan semakin besar pula minat masyarakat untuk berasuransi syariah.

H2 : Pendapatan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.

2.5.3 Pengaruh Promosi terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah

Promosi merupakan suatu kegiatan untuk menyampaikan informasi atau berkomunikasi antara penjual dan pembeli potensial yang bersifat menyebarkan

⁷³ Nurul Azizah Azzochrah, Abdul Wahab, and Saleh Ridwan, “Telaah Hukum Ekonomi Islam Terhadap Pendapatan Istri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga,” *DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum* 17, no. 2 (2019).

⁷⁴ Basar and Sari, “Determinan Minat Berasuransi Syariah Pada Masyarakat Kota Banda Aceh.”

informasi, mempengaruhi, membujuk, dan meningkatkan pasar sasaran untuk menciptakan permintaan atas produk barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Promosi meliputi lima indikator, adalah: *Advertising, Sales promotion, Public relations and publicity, Personal selling, dan Direct marketing.*

Theory of Planned Behavior (TPB) yang berpijak pada konsep norma subyektif, seseorang akan bersikap berdasarkan pada informasi yang diperoleh dari lingkungannya. Artinya, saat ini generasi milenial sangat dekat dengan teknologi dan media sosial, dan banyak perusahaan asuransi syariah yang memasang iklan di media sosial, sehingga membuat seseorang yang melihatnya menjadi tertarik. Oleh karena itu semakin bagus teknik promosi yang dilakukan maka akan semakin menarik minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Raudhatul Jannah Irfan, Farid Fathony Ashal, dan Riza Aulia dengan judul penelitian “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah” menunjukkan variabel promosi secara uji parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi milenial terhadap minat beli produk asuransi jiwa syariah.⁷⁵ Artinya, semakin banyak melakukan promosi maka minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah akan semakin tinggi.

H3 : Promosi Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.

2.5.4 Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah

Religiusitas adalah unsur yang memungkinkan seseorang memiliki keyakinan agama, bukan sekadar mengaku memiliki keyakinan agama. Religiusitas mencakup beberapa unsur yaitu pengetahuan agama, perilaku beragama, keyakinan beragama, praktik keagamaan, dan sikap sosial terhadap agama. Pada dasarnya, religiusitas adalah citra seseorang, yang tercermin melalui akidah, moral dan hukum islam seseorang.

⁷⁵ Irfan, Ashal, and Aulia, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah.”

Theory of Planned Behavior (TPB) yang berpijak pada perilaku seseorang sesuai dengan konsekuensi yang akan diperolehnya. Secara umum seseorang yang memiliki pemahaman yang baik mengenai agama dan hukum yang melandasi aspek dalam mengambil keputusan, maka akan semakin baik pula keputusan yang diambil. Dan sebaliknya jika pemahaman dan keyakinan seseorang pada agamanya kurang baik maka pengambilan keputusannya juga kurang baik. Artinya, jika seseorang yakin bahwa memproteksi diri merupakan bagian dari ikhtiar, maka akan semakin tinggi pula minat seseorang tersebut dalam menggunakan asuransi syariah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rama Muhamad Pramudya dan Mira Rahmi dengan judul “Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah” menunjukkan bahwa secara simultan religiusitas berpengaruh positif terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan asuransi syariah, namun secara uji parsial religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan asuransi syariah.⁷⁶ Dan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Irfan, Ashal, dan Aulia dengan judul penelitian “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah” menunjukkan variabel religiusitas secara uji parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi milenial terhadap minat beli produk asuransi jiwa syariah.⁷⁷ Artinya semakin meningkat religiusitas maka minat menggunakan asuransi syariah juga semakin meningkat.

H4 : Religiusitas Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.

2.5.5 Pengaruh Literasi Asuransi, Pendapatan, Pemosi dan Religiusitas terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah

Variabel dalam penelitian ini jika diuji secara simultan saling memiliki keterkaitan antara satu dengan lainnya. Keterkaitan ini merupakan sebuah perencanaan

⁷⁶ Pramudya and Rahmi, “Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.”

⁷⁷ Irfan, Ashal, and Aulia, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah.”

yang baik untuk memproteksi diri, jika variabel dalam penelitian ini berpengaruh secara positif maka dapat membantu pertumbuhan ekonomi negara.

Theory of Planned Behavior (TPB) mengacu pada sikap yang mempengaruhi seseorang untuk bertindak atau melakukan perbuatan, sama halnya dengan sikap seseorang dalam menentukan suatu perencanaan. Variabel dalam penelitian ini saling berkaitan dan merupakan perencanaan yang baik bagi generasi milenial untuk memproteksi masa depannya. Seseorang yang telah paham asuransi syariah, memiliki pendapatan yang lebih, tertarik dengan promosi yang ditampilkan oleh perusahaan serta keyakinan agamanya yang kuat maka akan mempengaruhi minatnya untuk menggunakan asuransi syariah dan menganggap bahwa hal tersebut merupakan perencanaan yang tepat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rama Muhamad Pramudya dan Mira Rahmi dengan judul “Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah” menunjukkan bahwa secara simultan Literasi asuransi, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan asuransi syariah.⁷⁸ Dan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hanafi, Lusiana Ayu Agustina, menunjukkan bahwa variabel pendapatan, pengetahuan produk, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh lemah terhadap minat masyarakat untuk menggunakan asuransi syariah.⁷⁹ Dari asumsi peneliti, semakin meningkat literasi asuransi, pendapatan, promosi, dan religiusitas maka secara bersama-sama akan meningkatkan minat menggunakan asuransi syariah.

H5 : Literasi Asuransi, Pendapatan, Promosi, dan Religiusitas Bersama-sama Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.

⁷⁸ Pramudya and Rahmi, “Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.”

⁷⁹ Hanafi, “Jurnal Syar’ Insurance (Sijas) Issn : 2460-5484.”

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis serta untuk mencari tahu dampak faktor variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan Kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang mengumpulkan data dengan menggunakan teknik penelitian untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu.⁸⁰

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena menganalisis pengaruh literasi asuransi, pendapatan, promosi, dan religiusitas terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan asuransi syariah. Selain itu dalam penelitian ini juga menerapkan angka sebagai landasan dan acuan variabel untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian ini, sehingga untuk menganalisis kesulitan dalam penelitian ini maka digunakan pendekatan kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka atau yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang diteliti. Angka-angka tersebut di peroleh melalui penyebaran kuesioner kepada para responden, dalam penelitian kali ini yaitu generasi milenial yang ada di Wilayah Kota Semarang.⁸¹

3.2 Sumber Penelitian

3.2.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama atau sering disebut responden. Data diperoleh melalui pertanyaan-pertanyaan tertulis yang disebut dengan kuesioner.⁸² Jadi data yang diperoleh secara langsung dari responden ditempat disebut sebagai data primer. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada Generasi Milenial yang ada di Wilayah Kota Semarang.

⁸⁰ Prof. Ma'ruf Abdullah, *Living in the World That Is Fit for Habitation : CCI's Ecumenical and Religious Relationships*, Aswaja Pressindo, 2015.

⁸¹ Widiya Lestari, "Pengaruh Pelayanan Promosi Dab Syariah Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Asuransi Syariah (Studi Pada PT.Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang)," *Journal of Chemical Information and Modeling* 2, no. 1 (2019), http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.

⁸² Abdullah, *Living in the World That Is Fit for Habitation : CCI's Ecumenical and Religious Relationships*.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder berbeda dengan data primer. Jika data primer diperoleh langsung dari responden, sedangkan data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut, data dari bahan-bahan yang tidak diperoleh dari sumber awal untuk memperoleh informasi guna mengatasi penelitian. Berdasarkan studi kepustakaan data sekunder telah dianalisis lebih lanjut dan disajikan oleh pengumpul para pihak lain.⁸³ Data sekunder sering digunakan oleh seseorang yang penelitiannya menggunakan metode kualitatif. Data dan informasi dalam penelitian ini dikumpulkan dari berbagai sumber seperti situs web, buku, majalah, dan lainnya. Peneliti menggunakan data sekunder dari Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) untuk mengetahui pertumbuhan aset asuransi syariah dan mengetahui tingkat kesadaran masyarakat dalam menggunakan asuransi syariah serta kajian literatur tentang generasi milenial di Indonesia khususnya Kota Semarang.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi sering disebut sebagai kuantitas, total, atau total orang yang karakteristiknya akan dievaluasi. Populasi banyak macamnya tidak hanya mencakup manusia, tetapi juga bisa benda-benda alam atau lainnya. Pernyataan ini sesuai dengan pendapat Ronny dikutip dari buku “Pengantar Metodologi Penelitian” yang ditulis oleh Jusuf Soewadji mengatakan bahwa populasi merupakan seluruh objek atau gejala untuk seluruh kejadian atau seluruh unit yang akan diteliti.⁸⁴ Oleh karena itu, populasi merupakan target lengkap yang harus diselidiki, serta temuan studi diterapkan pada populasi tersebut. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan yaitu seluruh generasi milenial di Kota Semarang.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri dan dapat dibandingkan dengan seluruh populasi. Sampel populasi harus akurat dan representatif. Sampel diambil dari beberapa objek dalam populasi yang akan diteliti

⁸³ Ibid.

⁸⁴ Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012).

dalam penelitian. Sampel yang baik merupakan sampel yang benar-benar dapat digunakan untuk menggambarkan karakteristik dari populasinya.⁸⁵ Jika populasinya terlalu besar dan peneliti kekurangan sarana, waktu dan tenaga untuk menyelidiki seluruh populasi maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi yang representatif atau yang dianggap telah mewakili populasi.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* dikarenakan peneliti memiliki beberapa ketentuan yang harus dipenuhi. *Purposive Sampling* merupakan penarikan sampel dengan pertimbangan tertentu yang harus dipenuhi oleh populasi, jadi subjek atau pun elemen yang dipilih berdasarkan pada suatu karakteristik tertentu. Pada penelitian ini *purposive sampling* ditujukan kepada Generasi Milenial di Kota Semarang, dengan karakteristik sebagai berikut:

1. Beragama Islam
2. Kelahiran tahun 1980 sampai tahun 2000
3. Sudah bekerja atau berpenghasilan
4. Memahami literasi keuangan

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasinya terlalu besar dan tidak diketahui secara pasti. Berikut rumus Lemeshow:⁸⁶

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai tabel normal dengan alpha tertentu = 95% = 1,96

p = Proporsi populasi yang tidak diketahui = 0,4

d = Jarak pada kedua arah atau alpha = 10% = 0,10

Jumlah sampel :

$$n = \frac{1,96^2 \cdot (0,4)(1 - 0,4)}{(0,10^2)}$$

⁸⁵ Abdullah, *Living in the World That Is Fit for Habitation : CCI's Ecumenical and Religious Relationships*.

⁸⁶ Elda Mirnawati, "TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASYARAKAT PADA WYD (Wear Your Design) DISTRO PALANGKA RAYA" (2021).

= 92,1984 dibulatkan menjadi 93 orang.

Berdasarkan hasil akumulasi sampel dengan menerapkan rumus Lemeshow diatas maka didapatkan hasil jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 93 orang generasi milenial dengan kriteria diatas di wilayah Kota Semarang.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan prosedur dan strategi ilmiah yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data secara sistematis dan kemudian untuk dianalisis. Data merupakan rekaman, gambaran atau keterangan dari suatu hal atau fakta. Data ini sangat penting karena dari data inilah suatu masalah atau topik dalam penelitian dapat dipecahkan dan dijawab.⁸⁷ Dalam bagian ini menjelaskan bagaimana mengumpulkan data dari masing-masing variabel dan kemudian untuk diteliti. Metode yang digunakan juga merupakan cara yang paling tepat untuk memperoleh data yang valid dan dipercaya dipilih dari berbagai pilihan yang tersedia. Berikut teknik pengumpulan data dalam penelitian ini:

1. Kuesioner / Angket

Kuesioner (angket/skala) adalah daftar pertanyaan atau pernyataan yang dibuat dengan berdasarkan pada indikator-indikator dari variabel penelitian yang diberikan kepada responden. Menurut Abdullah, kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan menyebarkan pertanyaan-pertanyaan kepada responden, dengan harapan akan mendapat respon dari pertanyaan tersebut.⁸⁸ Pengukuran dalam kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang setiap pertanyaan mempunyai 5 opsi jawaban, yaitu:

Tabel 3.1 **Penilaian skala likert**

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

⁸⁷ Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian*.

⁸⁸ Abdullah, *Living in the World That Is Fit for Habitation : CCI's Ecumenical and Religious Relationships*.

Skala pengukuran dengan pilihan jawaban sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju bertujuan untuk menunjukkan keakraban, intensitas atau frekuensi atas jawaban responden dari pernyataan atau pertanyaan dari variabel yang diteliti.

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Independent (Variabel Bebas)

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat sehingga akan berubah atau muncul. Sebuah variabel yang datang sebelum variabel penjelas atau variabel dependen disebut sebagai variabel bebas. Menurut Soewadji dalam bukunya “Pengantar Metodologi Penelitian” tanpa adanya variabel Independent maka variabel yang lain tidak akan muncul atau adanya perubahan variabel lain dipengaruhi oleh variabel ini dan variabel ini tidak bergantung pada variabel yang lain.⁸⁹ Adapun variabel bebas dalam penelitian ini yaitu: Literasi asuransi, Pendapatan, Promosi dan Religiusitas.

3.5.2 Variabel Dependent (Variabel Terikat)

Variabel dependent atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas sehingga akan menjadi sebuah hasil. Variabel dependen atau terikat sering disebut sebagai variabel keluaran, kriteria, atau konsekuensi dalam bahasa Indonesia. Menurut Soewadji dalam bukunya “Pengantar Metodologi Penelitian” variabel terikat atau variabel yang terpengaruh merupakan variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya, yaitu variabel bebas.⁹⁰ Adapun variabel terikat dalam penelitian ini yaitu: Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan jenis analisis data yang menggambarkan dan menjelaskan data yang diperoleh sama seperti apa adanya, tanpa menarik kesimpulan apapun atau membuat generalisasi yang luas. Analisis ini merupakan kumpulan data fundamental dalam bentuk deskripsi sederhana, tanpa berusaha membuat atau

⁸⁹ Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian*.

⁹⁰ Ibid.

menjelaskan hubungan, menguji hipotesis, membuat prediksi, atau menarik kesimpulan. Bentuk penelitian ini biasanya hanya berfokus pada pengungkapan dan penggambaran temuan penelitian. Dalam penelitian ini tanggapan responden tentang pengaruh literasi asuransi, pendapatan, promosi dan religiusitas terhadap minat menggunakan asuransi syariah dianalisis menggunakan analisis deskriptif.

3.6.2 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian oleh peneliti digunakan untuk sebagai acuan untuk merujuk pada alat ukur. Instrumen penelitian merupakan alat atau sarana yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data agar mempermudah pekerjaan dan mendapatkan hasil yang lebih baik, lebih akurat, lebih sistematis sehingga akan mudah untuk dianalisis. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan oleh peneliti untuk mengukur sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur dan menentukan valid atau tidaknya suatu kuesioner penelitian. Menurut Prasetyo Bambang dan Jannah Miftahul Lina, Validitas dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang diajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan.⁹¹ Jika suatu instrumen cukup menyampaikan sesuatu yang diinginkan melalui data variabel yang diteliti maka dianggap sah. Valid merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah data yang telah dikumpulkan setelah penelitian valid atau tidak dengan menggunakan alat ukur (kuesioner).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen tersebut dapat dipercaya untuk digunakan sebagai instrumen pengumpul data. Alat yang baik tidak akan memaksa responden untuk memilih respon tertentu. Dapat diandalkan, dapat dipercaya, dan dapat diandalkan jika datanya benar/sesuai dengan kenyataan dan tingkat keandalannya sama dengan tingkat keandalan. Menurut Prasetyo Bambang dan Jannah Miftahul Lina, uji reliabilitas atau keandalan dilakukan guna mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang diajukan dapat memberikan

⁹¹ Jannah Miftahul Lina Prasetyo Bambang, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2012.

hasil yang tidak berbeda, namun jika dilakukan pengukuran kembali terhadap suatu subyek yang sama pada waktu yang berlainan.⁹²

Uji reliabilitas berarti untuk melihat apakah instrumen penelitian merupakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya. Jika variabel penelitian menggunakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan (*Cronbach Alpha*), dikatakan reliabel hasil $\alpha \geq 0.6$.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Untuk membuktikan bahwa data tersebut layak digunakan sebagai bahan penelitian, sebagai alat untuk menguji pengaruh faktor-faktor yang diteliti, banyak asumsi yang harus dipenuhi terlebih dahulu. Berikut ini adalah beberapa asumsi tersebut:

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah teknik untuk menentukan apakah data berdistribusi normal atau berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Modus, mean, dan median semuanya terletak di pusat distribusi normal. Ketika diatur ke dalam histogram, distribusi normal didefinisikan sebagai distribusi spesifik dengan fitur berbentuk lonceng. Uji normalitas artinya data yang harus berdistribusi normal untuk variabel independen.⁹³

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk melihat apakah noise atau variabel residual dalam model regresi terdistribusi secara teratur. Uji T dan F, seperti yang telah diketahui, mengasumsikan bahwa nilai sisa mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini rusak, uji statistik untuk ukuran sampel kecil tidak valid. Teknik analisis grafik untuk menentukan apakah residual berdistribusi teratur atau tidak.

3.7.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas yaitu terjadinya korelasi atau hubungan yang hampir sempurna diantara variabel independen.⁹⁴ Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk melihat apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi yang layak. Dalam skenario ini, menentukan variabel independen mana yang

⁹² Ibid.

⁹³ Ibid.

⁹⁴ Ibid.

berpengaruh pada variabel dependen cukup menantang. Variabel independen memiliki korelasi mendekati +1 atau -1, menunjukkan bahwa persamaan regresi tidak benar ketika digunakan dalam persamaan.

3.7.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah model regresi memiliki ketidaksamaan varians antar observasi. Homoskedastisitas didefinisikan sebagai tidak adanya varians residual dari pengamatan sebelumnya, dengan heteroskedastisitas mengacu pada penyimpangan. Harus ada heteroskedastisitas dalam model regresi yang sesuai, jika tidak maka tidak akan terjadi heterokedastisitas. Karena data ini mengumpulkan data yang mencerminkan ukuran yang bervariasi, sebagian besar persilangan data menampilkan situasi heterokedastisitas.

3.8 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan antara satu variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas. Tujuan dari uji regresi linier berganda ini adalah untuk memprediksi nilai variabel terikat apabila nilai variabel bebasnya diketahui. Selain itu juga dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana arah hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas.⁹⁵

Rumus yang digunakan adalah

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2 X_2+ b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan :

\hat{Y} = Variable dependen yaitu Minat menggunakan asuransi syariah

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien regresi

X_1 = Literasi Asuransi

X_2 = Pendapatan

X_3 = Promosi

X_4 = Religiusitas

e = Error

⁹⁵ I Made Yuliara, "Modul Regresi Linier Berganda," *Universitas Udayana* (2016).

Untuk membuktikan hipotesis dalam riset ini peneliti menggunakan penerapan uji statistik yang didukung oleh uji ekonometrika sebagai berikut:

3.8.1 Uji Signifikansi Simultan

Uji-F statistik menentukan apakah semua variabel independen model memiliki pengaruh secara Bersama-sama (simultan) pada variabel dependen. Untuk melihat pengaruh Literasi Asuransi (X_1), Pendapatan (X_2), Promosi (X_3), dan Religiusitas (X_4) terhadap minat menggunakan asuransi syariah. Koefisien beta digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Keputusan pengujian hipotesis simultan didasarkan pada nilai probabilitas yang diperoleh dari hasil pengolahan data program SPSS, sebagai berikut:⁹⁶

- a. Jika nilai F hitung lebih kecil dari F tabel dan jika probabilitas lebih dari 0,05 (α) maka artinya masing-masing variabel X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.
- b. Jika nilai F hitung melebihi F tabel dan jika probabilitas kecil dari 0,05 (α) maka artinya masing-masing variabel X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

3.8.2 Uji Signifikansi Parsial

Uji-T adalah contoh prosedur uji parametrik (*parametric test*). Uji parsial dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Tujuan dari uji-t statistik adalah untuk menentukan seberapa besar variasi variabel dependen dijelaskan oleh pengaruh variabel independen.⁹⁷ adapun dasar pengambilan keputusan pada uji-t adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan jika probabilitas lebih dari 0,05 (α) maka artinya masing-masing variabel X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

⁹⁶ Silmi, "Bab Iii Metoda Penelitian 3.1.," *Bab III Metoda Penelitian* Bab iii me (2017).

⁹⁷ Ibid.

- b. Jika nilai t hitung melebihi t tabel dan jika probabilitas kecil dari 0,05 (α) maka artinya masing-masing variabel X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

3.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah pengukuran yang digunakan untuk menentukan seberapa baik model dapat menjelaskan variasi-variasi dalam variabel independen. Koefisien determinasi memiliki nilai yang berkisar 0 hingga 1. Model regresi dengan koefisien determinasi mendekati 1 adalah model yang baik karena hampir semua variabel mampu menjelaskan varians variabel dependen.

Uji koefisien determinasi menentukan seberapa besar implementasi variabel independen (literasi asuransi syariah, pendapatan, promosi, dan religiusitas) terhadap variabel dependen (minat menggunakan asuransi syariah).

Rumus Uji Koefisien Determinasi

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

3.9 Definisi Operasional

Definisi Operasional merupakan batasan ruang lingkup pada variabel yang menjadi bahan sebuah penelitian.⁹⁸ Berikut definisi operasional variabel pada penelitian ini tercantum dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2

Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Minat Generasi Milenial Menggunakan	Menurut Rama dan Mira, minat merupakan kecenderungan	1. Tertarik untuk mencari informasi tentang produk 2. Mempertimbangkan	Skala Likert

⁹⁸ Rachmatullah, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah."

Asuransi Syariah (Y)	seseorang dalam mengambil keputusan pembelian yang sebenarnya. Jadi keputusan generasi milenial untuk membeli produk asuransi syariah. ⁹⁹	untuk membeli 3. Tertarik untuk mencoba 4. Ingin mengetahui produk 5. Ingin memiliki produk ¹⁰⁰	
Literasi Asuransi (X1)	Menurut Rahmadion, Fitri dan Anwar, literasi asuransi syariah merupakan suatu wujud gerakan yang bertujuan untuk mendukung perkembangan asuransi syariah. ¹⁰¹	1. Konsep asuransi syariah 2. Kecakapan dalam mengetahui sifat dan manfaat asuransi syariah 3. Sadar akan risiko yang berhubungan dengan produk asuransi syariah 4. Keyakinan dalam membuat perencanaan guna menghadapi risiko – risiko yang tidak dapat diprediksi akan terjadi. ¹⁰²	Skala Likert
Pendapatan (X2)	Menurut Hanafi dan Lusiana Ayu Agustina, Pendapatan adalah hasil usaha dari suatu	1. Kemampuan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari 2. Daya Beli ¹⁰⁴	Skala Likert

⁹⁹ Pramudya and Rahmi, “Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.”

¹⁰⁰ Ibid.

¹⁰¹ Muhammad Rahmadion, Fitri Yetty, and Muhammad Anwar Fathoni, “Pengaruh Literasi Asuransi Syariah Terhadap Persepsi Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Syariah Di JABODETABEK,” *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar 2*, no. 2 (2021).

¹⁰² Aswir and Misbah, “Pengaruh Literasi Asuransi Terhadap Minat Nasabah (Studi Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Kantor Cabang Lampung).”

¹⁰⁴ Arianti, “Pengaruh Pendapatan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening.”

	pekerjaan yang dilakukan oleh seseorang, biasanya berupa upah, gaji atau komisi dalam bentuk uang maupun barang, besarnya jumlah pendapatan ditentukan dari jenis pekerjaan dan waktu bekerjanya. ¹⁰³		
Promosi (X3)	Menurut Raudhatul, Farid, dan Riza, promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi seseorang agar tertarik pada produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. ¹⁰⁵	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Advertising</i> 2. <i>Personal Selling</i> 3. <i>Sales Promotion</i> 4. <i>Publisitas</i>¹⁰⁶ 	Skala Likert
Religiusitas (X4)	Menurut Rama dan Mira, religiusitas adalah unsur yang memungkinkan seseorang memiliki keyakinan agama, bukan sekadar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimensi Ideologi 2. Dimensi Ritual 3. Dimensi Pengalaman 4. Dimensi Kecerdasan 5. Dimensi Kosekuensi¹⁰⁸ 	Skala Likert

¹⁰³ Hanafi, "Jurnal Syar' Insurance (Sijas) Issn : 2460-5484."

¹⁰⁵ Irfan, Ashal, and Aulia, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah."

¹⁰⁶ Hanafi, "Jurnal Syar' Insurance (Sijas) Issn : 2460-5484."

	mengaku memiliki keyakinan agama. ¹⁰⁷		
--	--	--	--

¹⁰⁸ Ibid.

¹⁰⁷ Pramudya and Rahmi, “Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.”

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, menjelaskan pengaruh Literasi Asuransi Syariah, Pendapatan, Promosi, dan Religiusitas terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah serta memaparkan hasil penelitian dan analisis. Dalam penelitian ini variabel X merupakan faktor yang memengaruhi minat menggunakan asuransi syariah, seperti Literasi Asuransi Syariah (X1), Pendapatan (X2), Promosi (X3) dan Religiusitas (X4). Dan dalam penelitian ini variabel Y adalah Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Kota Semarang

Kota Semarang berdiri pada tanggal 2 Mei 1547 dan merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah. Kota Semarang terletak di Pulau Jawa yaitu antara 6o50' – 7o10' LS dan 109o50' BT di jalur ekonomi. Kota Semarang terkenal sebagai Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah memiliki peran yang sangat penting dalam pertumbuhan dan perkembangan Provinsi Jawa Tengah, terutama dengan adanya pelabuhan untuk transportasi laut, transportasi darat, dan bandara sebagai transportasi udara yang berpotensi dan berfungsi sebagai simpul transportasi Jawa Tengah.¹⁰⁹

4.1.2 Topografi Kota Semarang

Dalam perkembangan dan pertumbuhan Provinsi Jawa Tengah, Kota Semarang telah menjadi Kota yang berpusat pada perdagangan dan jasa, karena terletak di jalan niaga Pulau Jawa dan merupakan koridor pantai utara, koridor selatan menuju kota-kota dinamis seperti Kabupaten Magelang, Surakarta yang dikenal sebagai Koridor Merapi-Merbabu, Koridor timur menuju Kabupaten Demak/Grobogan, dan koridor barat menuju Kabupaten Kendal. Kawasan komersial modern terutama terkonsentrasi di Kawasan Simpanglima yang merupakan urat nadi perekonomian Kota Semarang karena posisinya yang sangat strategis. Belum lagi Pasar Tradisional seperti Pasar Johar yang ada di lingkungan Kota Lama, yang turut membantu operasional perekonomian Kota Semarang.¹¹⁰

¹⁰⁹ Bappeda Kota Semarang, “Kondisi Umum Wilayah,” *Bappeda.semarangkota.go.id* (n.d.).

¹¹⁰ Ibid.

4.1.3 Visi Misi Kota Semarang

1. Visi Kota Semarang

“Semarang Kota Perdagangan dan Jasa Yang Hebat Menuju Masyarakat Semakin Sejahtera”¹¹¹

2. Misi Kota Semarang

- Mewujudkan kehidupan masyarakat yang berbudaya dan berkualitas.
- Mewujudkan pemerintahan yang semakin handal untuk meningkatkan pelayanan publik.
- Mewujudkan kota metropolitan yang dinamis dan berwawasan lingkungan.
- Memperkuat ekonomi kerakyatan berbasis keunggulan lokal dan membangun iklim usaha yang kondusif.
- Program peningkatan kesejahteraan sosial yang salah satu kegiatan unggulannya adalah pengentasan kemiskinan terpadu.¹¹²

4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data

4.2.1 Deskripsi Objek Penelitian

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada generasi milenial di wilayah Kota Semarang. Sampel yang digunakan sebanyak 93 responden dari generasi milenial yang beragama Islam, Memiliki pekerjaan atau penghasilan, lahir pada tahun 1980 – 2000 yang belum menggunakan asuransi syariah dan memahami literasi keuangan. Variabel bebas dalam penelitian ini Literasi Asuransi Syariah, Pendapatan, Promosi dan Religiusitas. Sedangkan Minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah merupakan variabel terikat.

Penelitian ini dilakukan dengan mengetahui latar belakang responden ditinjau dari klasifikasinya, seperti jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan pendapatan. Tabel berikut menunjukkan hasil distribusi sampel:

¹¹¹ BPKAD Kota Semarang, “Visi Misi Kota Semarang,” <http://bpkad.semarangkota.go.id/page/visi-misi>.

¹¹² Ibid.

Tabel 4.1
Distribusi Sampel

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kuesioner yang disebarkan	93	100%
Kuesioner yang digunakan	93	100%

Sumber: diolah SPSS'29 (data primer)

Berdasarkan tabel 4.1 Jumlah kuesioner yang diberikan sebanyak 93 responden, dan sampel yang dianalisis adalah 93 responden sesuai dengan rumus yang digunakan untuk memilih sampel.

Tabel 4.2
Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Comulative Percent
Laki – Laki	50	53.8	53.8	53.8
Perempuan	43	46.2	46.2	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Sumber: diolah SPSS'29 (data primer)

Berdasarkan hasil dari tabel 4.2 dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini sebagian besar responden bergender laki-laki dengan jumlah 50 responden atau setara dengan 53,8%. Dan sebagian lainnya merupakan responden yang bergender perempuan dengan jumlah 43 responden atau setara dengan 46,2%.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hasil temuan ini sesuai dengan judul riset dimana penelitian ini ditujukan pada generasi milenial di Wilayah Kota Semarang. Notabennya, responden di Kota Semarang yang lebih peduli terhadap proteksi diri adalah laki-laki. Namun tetap saja antara laki-laki dan perempuan sama-sama membutuhkan perlindungan dari asuransi syariah.

Tabel 4.3
Klasifikasi Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Comulative Percent
23-27 th	48	51.6	51.6	51.6
28-32 th	39	41.9	41.9	93.5
33-37 th	6	6.5	6.5	100.0

Total	93	100.0	100.0	
-------	----	-------	-------	--

Sumber: diolah SPSS'29 (data primer)

Berdasarkan tabel 4.3 menggambarkan distribusi usia responden. Responden antara usia 23-27 tahun menyumbang 48 responden setara dengan 51,6% dari total. Jumlah responden antara usia 28-32 tahun sebanyak 39 responden atau 41,9% dari total. Kemudian ada usia 33-37 tahun berjumlah 6 responden atau setara dengan 6,5% dari jumlah total.

Berdasarkan hasil temuan usia responden pada penelitian ini, menunjukkan bahwa responden generasi milenial terbanyak pada rentang usia 23-27 tahun yang mana hal ini sesuai sasaran penelitian karena usia segitu adalah masa dalam berkarya atau bekerja dan saat yang tepat untuk mulai mempersiapkan masa depan.

Tabel 4.4

Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Comulative Percent
Pegawai Negeri	17	18.3	18.3	18.3
Pegawai Swasta	43	46.2	46.2	64.5
Wiraswasta	13	14.0	14.0	78.5
Tenaga Medis	3	3.2	3.2	81.7
Tenaga Pendidik	5	5.4	5.4	87.1
Freelance	7	7.5	7.5	94.6
Honorer	3	3.2	3.2	97.8
Pengusaha	1	1.1	1.1	98.9
Tentor	1	1.1	1.1	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Sumber: diolah SPSS'29 (data primer)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat kita lihat bahwa mayoritas pekerjaan dari responden adalah pegawai swasta sebanyak 43 responden atau setara 46,2%. Pegawai negeri 17 responden atau 18,3%, wiraswasta sebanyak 13 responden atau setara 14%, tenaga medis sebanyak 3 responden atau 3,2%, tenaga pendidik sebanyak 5 responden atau sama dengan 5,4%, lalu freelance sebanyak 7 responden

atau 7,5%, honorer sebanyak 3 responden setara dengan 3,2%, pengusaha dan tentor masing-masing 1 responden atau setara 1,1%.

Tabel 4.5
Klasifikasi Berdasarkan Upah/Gaji

	Frequency	Percent	Valid Percent	Comulative Percent
<Rp3.000.000	25	26.9	26.9	26.9
Rp3.000.000 – Rp5.000.000	52	55.9	55.9	82.8
Rp6.000.000 – Rp8.000.000	14	15.1	15.1	97.8
>Rp9.000.000	2	2.2	2.2	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Sumber: diolah SPSS'29 (data primer)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas maka dapat dilihat bahwa mayoritas gaji dari generasi milenial di Wilayah Kota Semarang adalah sebesar Rp3.000.000–Rp5.000.000 sebanyak 52 responden setara dengan 55,9%, gaji <Rp3.000.000 sebanyak 25 responden sama dengan 26,9%, gaji Rp6.000.000–Rp8.000.000 sebanyak 14 responden setara dengan 15,1%, dan terakhir gaji >Rp9.000.000 sebanyak 2 responden atau 2,2%.

4.3 Teknik Analisis Data

4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Tujuan dari analisis statistik deskriptif adalah untuk mengetahui apa arti setiap variabel (mean), standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum. Literasi Asuransi Syariah (X1), Pendapatan (X2), Promosi (X3), Religiusitas (X4) dan Minat Menggunakan Asuransi Syariah (Y) merupakan variabel yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. Tabel berikut berisi hasil pengujian data:

Tabel 4.6
Uji Statistik Deskriptif

	N	Range	Min.	Max.	Mean	Std. Deviation	Variance
Literasi Asuransi	93	16	4	20	14.80	3.628	13.164
Pendapatan	93	8	2	10	7.28	2.108	4.443

Promosi	93	14	4	18	14.42	3.537	12.507
Religiusitas	93	20	5	25	21.39	2.978	8.870
Minat Menggunakan Asuransi Syariah	93	20	5	25	17.60	4.352	18.938
Valid N (listwise)	93						

Sumber: diolah SPSS'29 (data primer)

Hasil uji deskriptif diatas dalam riset ini dapat diketahui nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Literasi Asuransi Syariah (X1)

Hasil analisis statistik deskriptif variabel Literasi Asuransi Syariah menunjukkan range nya 16, nilai minimum 4, nilai maksimum 20, rata-rata (mean) sebesar 14,80, nilai standar deviasi 3,628, dan nilai variance nya 13,164.

b. Pendapatan (X2)

Hasil analisis statistik deskriptif variabel Pendapatan menunjukkan range nya 8, nilai minimum 2, nilai maksimum 10, rata-rata (mean) sebesar 7,28, nilai standar deviasi 2,108, dan nilai variance nya 4,443.

c. Promosi (X3)

Hasil analisis statistik deskriptif variabel Promosi menunjukkan range nya 14, nilai minimum 4, nilai maksimum 18, rata-rata (mean) sebesar 14,42, nilai standar deviasi 3,537, dan nilai variance nya 12.507.

d. Religiusitas (X4)

Hasil analisis statistik deskriptif variabel Religiusitas menunjukkan range nya 20, nilai minimum 5, nilai maksimum 25, rata-rata (mean) sebesar 21,39, nilai standar deviasi 2,978, dan nilai variance nya 8,870.

e. Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah

Hasil analisis statistik deskriptif variabel Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah menunjukkan range nya 20, nilai minimum 5, nilai maksimum 25, rata-rata (mean) sebesar 17,60, nilai standar deviasi 4,352, dan nilai variance nya 18,938.

4.3.2 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memverifikasi akurat atau tidaknya sebuah meteran. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner merupakan alat ukur dalam hal ini. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan didalamnya dapat mengatakan apa saja yang dapat diukur oleh kuesioner tersebut. Berikut ini adalah dasar-dasar keputusan yang digunakan dalam uji validitas:

- Kriteria pengujiannya

Ho diterima apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, (alat ukur yang digunakan valid atau sah)

Ho ditolak apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, (alat ukur yang digunakan tidak valid atau tidak sah)

- Cara menentukan besar nilai R tabel

$R_{tabel} = df (N-2)$, tingkat signifikansi uji dua arah yang digunakan adalah 0,05 atau setara dengan 5%. Adapun R tabel dalam penelitian ini adalah:

$$R_{tabel} = df (N-2)$$

$$= 93 - 2$$

$$= 91 (0,2039)$$

Adapun hasil uji validitas yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel penelitian dibawah ini:

Tabel 4.7
Uji Validitas

Literasi Asuransi Syariah (X1)				
No	Pernyataan	R_{Hitung}	R_{Tabel}	Keterangan
1.	X1.1	0,874	0,2039	Valid
2.	X1.2	0,908	0,2039	Valid
3.	X1.3	0,864	0,2039	Valid
4.	X1.4	0,871	0,2039	Valid
Pendapatan (X2)				
1.	X2.1	0,877	0,2039	Valid
2.	X2.2	0,909	0,2039	Valid

Promosi (X3)				
1.	X3.1	0,814	0,2039	Valid
2.	X3.2	0,717	0,2039	Valid
3.	X3.3	0,828	0,2039	Valid
4.	X3.4	0,778	0,2039	Valid
Religiusitas (X3)				
1.	X4.1	0,623	0,2039	Valid
2.	X4.2	0,775	0,2039	Valid
3.	X4.3	0,608	0,2039	Valid
4.	X4.4	0,760	0,2039	Valid
5.	X4.5	0,624	0,2039	Valid
Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah (Y)				
1.	Y.1	0,750	0,2039	Valid
2.	Y.2	0,755	0,2039	Valid
3.	Y.3	0,810	0,2039	Valid
4.	Y.4	0,853	0,2039	Valid
5.	Y.5	0,721	0,2039	Valid

Sumber: diolah SPSS'29 (data primer)

4.3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji instrumen penelitian yang digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur dalam hal ini adalah kuesioner yang telah digunakan tersebut dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur instrumen (kuesioner) dikategorikan reliabel jika menunjukkan konstanta hasil pengukuran dan mempunyai ketetapan hasil pengukuran sehingga terbukti bahwa alat ukur itu benar-benar dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Adapun cara untuk menghitung reliabilitas dengan menggunakan uji statistik adalah dengan melihat nilai *Cronbach alpha* (α) > 0,60. Hasil uji reliabilitas dalam riset ini dapat dijabarkan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Critical Value	Keterangan
X1	0,801	0,60	Reliabel
X2	0,901	0,60	Reliabel
X3	0,744	0,60	Reliabel
X4	0,777	0,60	Reliabel
Y	0,705	0,60	Reliabel

Sumber: diolah SPSS'29 (data primer)

Berdasarkan uji reliabilitas pada tabel 4.14 Diatas menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas berada antara 0,705 hingga 0,901. Hal demikian menunjukkan bahwa seluruh nilai *Cronbach alpha* tersebut lebih besar dari 0,60. Maka dengan ini dapat disimpulkan bahwa seluruh kuesioner penelitian yang digunakan dalam penelitian ini reliabel atau dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya sehingga dapat digunakan sebagai bahan pengumpul data.

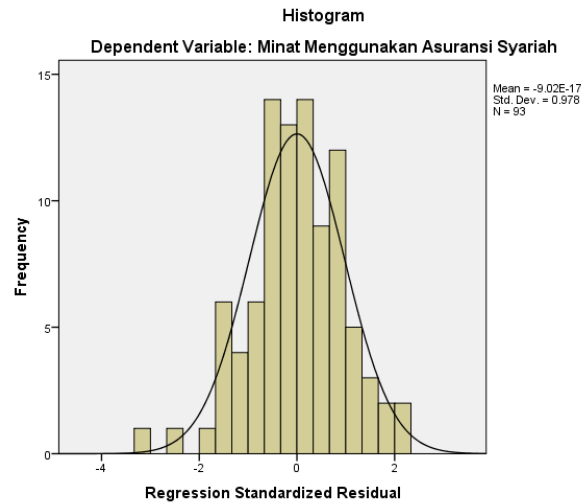
4.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan untuk analisis regresi berbasis ganda, itu harus dilalui agar estimasi parameter dan koefisien regresi bebas dari bias. Uji asumsi klasik ini meliputi uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Hasil uji asumsi klasik penelitian ini adalah sebagai berikut :

4.4.1 Uji Normalitas

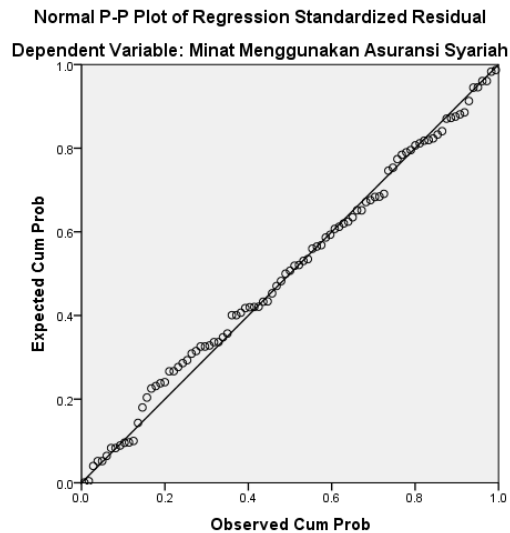
Kepentingan residual yang dihasilkan dan teknik grafik probabilitas normal digunakan untuk menguji normalitas data menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Periksa dispersi data (titik) pada sumbu diagonal grafik atau menentukan kenormalan. Berikut ini adalah hasil uji normalitas:

Gambar 2
Histogram Uji Normalitas



Berdasarkan grafik histogram diatas bahwasannya pola yang dibentuk pada grafik histogram tidak menceng (skewness) sehingga data penelitian dapat dikatakan normal.

Gambar 3
Uji Normalitas P_P Plot



Berdasarkan hasil uji Normal P-P Plot of Regression Standarized, dapat ditentukan bahwa model regresi berdistribusi normal jika data plot atau titik-titik yang menggambarkan data sebenarnya mengikuti garis diagonal. Data pada grafik diatas tersebar disekitar garis diagonal, menyiratkan bahwa model regresi berdistribusi

normal. Untuk memastikan normalitas, Uji Statistik Kolmogorov Smirnov (K-S) dapat digunakan. Hasil Uji Normalitas tercantum dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.9
Uji Normalitas One-Sample KS

	Unstandardized Residual
N	93
Mean	,0000000
Std. Deviation	2,80414029
Absolute	,059
Positive	,036
Negative	-,059
Test Statistic	,059
Asymp. Sig (2-tailed) ^c	,200 ^d

Sumber: diolah SPSS'29 (data primer)

Uji normalitas metode Kolmogorov-Smirnov merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Uji Satu Sampel Kolmogorof Smirnov digunakan untuk membuat keputusan jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 nilai residu berdistribusi normal. Nilai residu pada tabel diatas adalah 0,200 > 0,05 yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih dari 0,05 dan nilai residu berdistribusi normal. Hasilnya, asumsi kenormalan terpenuhi dalam penelitian ini.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk melihat apakah ada dua atau lebih variabel bebas yang terhubung linier. Kita akan mengalami kesulitan mengidentifikasi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen jika situasi ini berkembang. Nilai tolerance atau nilai variance inflation factor (VIF) dapat digunakan untuk mngetahui adanya gejala multikolinearitas pada model penelitian. Tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas karena batas tolerance > 0,10 dan batas VIF < 10,00. Tabel berikut menunjukkan hasil uji multikolinearitas yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 4.10
Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-3.832	2.233		-1.716	.090		
Literasi Asuransi Syariah	.491	.092	.410	5.313	.000	.794	1.260
Pendapatan	.126	.161	.061	.780	.437	.775	1.290
Promosi	.336	.099	.273	3.404	.001	.733	1.364
Religiusitas	.393	.119	.269	3.310	.001	.715	1.399

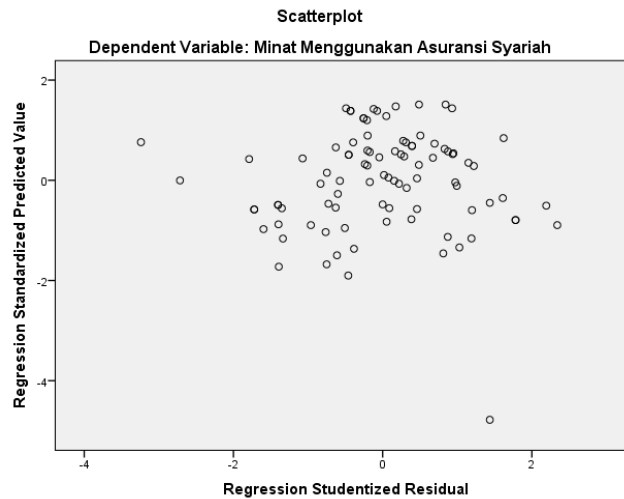
Sumber: diolah SPSS'29 (data primer)

Berdasarkan tabel 4. 10 diatas, dapat diketahui bahwasannya nilai VIF dari Literasi Asuransi Syariah (X1) sebesar 1,260, Pendapatan (X2) sebesar 1,290, Promosi (X3) sebesar 1,364 dan Religiusitas (X4) sebesar 1,399. Ini berarti dapat diketahui bahwasannya nilai VIF lebih kecil dari 10.00 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi korelasi yang kuat, sehingga telah memenuhi uji asumsi multikolinearitas.

4.4.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat penyimpangan dari asumsi konvensional heteroskedastisitas, yaitu residual memiliki varians yang sama untuk semua data dalam model regresi. Dalam model regresi linier, uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians antara residual satu pengamatan dengan residual pengamat lainnya. Pengujian ini juga merupakan salah satu aspek dari model regresi linier yang membuatnya tidak efisien dan tidak akurat. Akibatnya, model regresi yang layak adalah model yang tidak memiliki heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji metode grafik, yaitu dengan melihat titik-titik grafik regresi dan uji Glejser.

Gambar 4
Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot



Berdasarkan pada grafik uji heteroskedastisitas menggunakan metode statistik diatas menunjukkan bahwa titik-titik yang ada pada grafik tersebut tidak membentuk suatu pola sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Maka untuk mengetahui lebih jelasnya bisa dengan melakukan uji Glejser. Uji Glejser ini dilakukan dengan cara melakukan regresi variabel independent dengan nilai absolute dari residualnya. Jika variabel independent signifikan secara statistic mempengaruhi variabel dependen maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Adapun dasar dalam pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas. Dan jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas uji Glejser dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11
Uji Heterokedastisitas dengan Uji Glejser

Model	Unstandardized Coeffisients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.060	1.328		4.563	.000
Literasi Asuransi Syariah	-.105	.055	-.215	-1.907	.060

Pendapatan	.087	.096	.103	.904	.368
Promosi	-.001	.059	-.002	-.018	.986
Religiusitas	-.138	.071	-.233	-1.961	.053

Sumber: diolah SPSS'29 (data primer)

Berdasarkan relisasi uji Glejser pada tabel penelitian diatas dapat terlihat bahwa nilai signifikansi variabel Literasi Asuransi Syariah (X1) adalah sebesar $0,060 > 0,05$, ini artinya bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada variabel Literasi Asuransi Syariah. Nilai signifikansi variabel Pendapatan (X2) adalah sebesar $0,358 > 0,05$ sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel Pendapatan. Nilai signifikansi variabel Promosi (X3) adalah sebesar $0,986 > 0,05$ artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel Promosi. Dan nilai signifikansi variabel Religiusitas (X4) adalah sebesar $0,53 > 0,05$ yang berarti tidak terdapat heteroskedastisitas pada variabel Religiusitas.

4.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Adapun hasil uji regresi linier berganda dari variabel Literasi Asuransi Syariah (X1), Pendapatan (X2), Promosi (X3) dan Religiusitas (X3) Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah di Wilayah Kota Semarang (Y) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.832	2.233		-1.716	.090
Literasi Asuransi Syariah	.491	.092	.410	5.313	.000
Pendapatan	.126	.161	.061	.780	.437
Promosi	.336	.099	.273	3.404	.001

Religiusitas	.393	.119	.269	3.310	.001
--------------	------	------	------	-------	------

Sumber: diolah SPSS'29 (data primer)

Berdasarkan pada tabel 4.18 Uji analisis regresi linier berganda diatas dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = (-3,832) + 0,491X_1 + 0,126X_2 + 0,336X_3 + 0,393X_4 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, dapat dijelaskan bahwa:

a. Konstanta (α)

Nilai konstanta dalam regresi ini adalah sebesar (-3,832) bernilai negatif yang berarti bahwa jika variabel Literasi Asuransi Syariah, Pendapatan, Promosi dan Religiusitas tidak terjadi perubahan (X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 bernilai 0) maka nilai variabel pada Minat Menggunakan Asuransi Syariah adalah sebesar (-3,832).

b. Literasi Asuransi Syariah (X_1) terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah

Koefisien regresi pada variabel Literasi Asuransi Syariah sebesar 0,491 atau sebesar 49,1%. Hal ini berarti setiap kenaikan Literasi Asuransi Syariah 1% maka akan menaikkan Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah sebesar 0,491 atau 49,1% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

c. Pendapatan (X_2) terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah

Koefisien regresi pada variabel Pendapatan sebesar 0,126 atau sebesar 12,6%. Hal ini berarti setiap kenaikan Pendapatan 1% maka akan menaikkan Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah sebesar 0,126 atau 12,6% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

d. Promosi (X_3) terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah

Koefisien regresi pada variabel Promosi sebesar 0,336 atau sebesar 33,6% hal ini berarti setiap kenaikan Promosi 1% maka akan menaikkan Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah sebesar 0,336 atau 33,6% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

e. Religiusitas (X4) terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah

Koefisien regresi pada variabel Religiusitas sebesar 0,393 atau sebesar 39,3% hal ini berarti setiap kenaikan Religiusitas 1% maka akan menaikkan Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah sebesar 0,393 atau 39,3% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

4.5.1 Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengetahui besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model regresi mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

Tabel 4.13
Uji Determinasi Koefisien (R²)

Model	R	RSquare	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,765 ^a	,585	,566	2,867

Sumber: diolah SPSS'29 (data primer)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas R Square menunjukkan bahwa pengaruh nilai Literasi Asuransi Syariah (X1), Pendapatan (X2), Promosi (X3), dan Religiusitas (X4) secara simultan sebesar 58,5%. Sedangkan sisanya (100% - 58,5% = 41,5%) dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

4.5.2 Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel Literasi Asuransi Syariah, Pendapatan, Promosi, dan Religiusitas terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji hipotesis (Uji T) ini adalah dengan melakukan perbandingan antara nilai signifikansi dan nilai t masing-masing koefisien regresi dengan tingkat signifikansi yang ditentukan yaitu dengan tingkat kepercayaan 95% atau ($\alpha = 0,05$), N = jumlah sampel, k = jumlah variabel independen, $df = n - k = (93 - 4)$, maka diperoleh nilai t tabel = 1,987. Kriteria uji T

yaitu:

- a. Jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
- b. Jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 4.14
Uji Signifikan T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.832	2.233		-1.716	.090
Literasi Asuransi Syariah	.491	.092	.410	5.313	.000
Pendapatan	.126	.161	.061	.780	.437
Promosi	.336	.099	.273	3.404	.001
Religiusitas	.393	.119	.269	3.310	.001

Sumber: diolah SPSS'29 (data primer)

Berdasarkan tabel 4.14 Diatas maka dapat dilakukan pengujian hipotesis untuk setiap variabel independen sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil uji hipotesis dari variabel independen yang pertama yaitu Literasi Asuransi Syariah, diperoleh t hitung sebesar 5,313 lebih besar dari nilai t tabel yaitu sebesar 1,987 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H1 diterima. Sehingga dapat di simpulkan bahwa Literasi Asuransi Syariah berpengaruh positif terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.
- b. Berdasarkan hasil uji hipotesis dari variabel independen yang kedua yaitu Pendapatan, diperoleh t hitung sebesar 0,437 lebih kecil dari nilai t tabel yaitu sebesar 1,987 dan nilai signifikansi 0,437 lebih besar dari 0,05 maka H2 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ditolak. Variabel Pendapatan tidak berpengaruh terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.
- c. Berdasarkan hasil uji hipotesis dari variabel independen yang ketiga yaitu Promosi, diperoleh t hitung sebesar 3,404 lebih besar dari nilai t tabel yaitu sebesar 1,987 dan

nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05 maka H3 diterima. Sehingga dapat di simpulkan bahwa Promosi berpengaruh positif terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.

- d. Berdasarkan hasil uji hipotesis dari variabel independen yang keempat yaitu Religiusitas, diperoleh t hitung sebesar 3,310 lebih besar dari nilai t tabel yaitu sebesar 1,987 dan nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05 maka H4 diterima. Sehingga dapat di simpulkan bahwa Religiusitas berpengaruh positif terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.

4.5.3 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada atau tidaknya pengaruh variabel terikat terhadap variabel bebas secara simultan atau bersama-sama. Uji F dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel independen (Literasi Asuransi Syariah, Pendapatan, Promosi dan Religiusitas) yang secara simultan terhadap variabel dependen (Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah). Dengan tingkat signifikansi menggunakan (α) = 5% atau 0,05. Dari uji regresi dengan SPSS dapat dilihat bahwa hasil uji F melalui output tabel anova sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squeres	df	Mean Squere	t	Sig.
Regression	1018.865	4	254.716	30.985	.000 ^b
Residual	723.415	88	8.221		
Total	1742.280	92			

Sumber: diolah SPSS'29 (data primer)

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat di lihat bahwa nilai F sebesar 30,985 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga nilai signifikansi < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Asuransi Syariah , Pendapatan, Promosi dan Religiusitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.

4.6 Pembahasan dan Analisis Data

4.6.1 Pengaruh Literasi Asuransi Syariah terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah

Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa Literasi Asuransi Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah sehingga H1 di terima. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji yang telah dilakukan dalam variabel Literasi Asuransi Syariah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan asuransi syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji T parsial memiliki nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 dan diperoleh t hitung sebesar 5,313 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,987 maka H1 di terima yang artinya bahwa variabel Literasi Asuransi Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rama Muhammad Pramudya dan Mira Rahmi yang menyebutkan bahwa secara parsial maupun simultan Literasi Asuransi Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan asuransi syariah.¹¹³ Dalam penelitian ini dapat dipahami bahwa semakin tinggi tingkat literasi asuransi syariah dari seorang generasi milenial maka akan semakin tinggi pula minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah, begitupun sebaliknya. Hal tersebut memperlihatkan bahwa pada dasarnya kaum milenial paham dan sadar akan risiko yang tidak bisa ditebak kapan terjadinya dan menimbulkan kerugian, sehingga literasi asuransi syariah bagi generasi milenial sangat menarik. Literasi asuransi syariah merupakan salah satu bentuk kegiatan dalam mendukung pertumbuhan keuangan syariah dimasa depan termasuk asuransi syariah, karena dengan kesadaran dan pemahaman adalah kunci adanya pertumbuhan. Dengan adanya literasi asuransi syariah dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terutama generasi milenial tentang asuransi syariah.

Pada penelitian ini yang berasumsi dari *Theory of Planned Behavior* (TPB)

¹¹³ Pramudya and Rahmi, "Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah."

yang menyatakan bahwa sikap seseorang akan mempengaruhi perilaku dan membuat seseorang bertindak atau melakukan suatu perbuatan. Jika generasi milenial merasa perlu untuk memproteksi diri dan mencari tahu tentang asuransi terutama asuransi syariah, disaat mereka mempelajari bahkan memahami apa itu asuransi syariah dan dari pemahaman itu menjadi ingin memiliki asuransi syariah maka sesuai dengan teori ini karena sikap generasi milenial mempengaruhi dalam bertindak.

4.6.2 Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah

Berdasarkan hipotesis kedua dalam penelitian yang menyatakan bahwa Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah sehingga H2 ditolak. Karena berdasarkan dari hasil uji yang telah dilakukan dalam variabel Pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan asuransi syariah. Hal ini dibuktikan dengan uji T yang memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,437 diperoleh nilai t hitung sebesar 0,780 lebih kecil dari 1,987, maka hipotesis kedua ditolak yang artinya Pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan asuransi syariah.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian M. Al-Yasa Basar dan Nurma Sari dalam penelitian terdahulu tentang Determinan minat berasuransi syariah pada masyarakat Kota Banda Aceh, bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel pendapatan terhadap minat menggunakan asuransi syariah.¹¹⁴ Penelitian tersebut menyatakan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang maka minat seseorang dalam berasuransi syariah juga akan semakin tinggi, namun dalam penelitian kali ini hal tersebut tidak sesuai karena tinggi atau rendahnya pendapatan seseorang tidak dapat dipastikan seseorang akan menggunakan asuransi syariah. Pendapatan yang tinggi belum pasti cukup untuk memenuhi kebutuhannya dan memenuhi daya belinya, sehingga dalam penelitian kali ini pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan asuransi syariah.

¹¹⁴ Basar and Sari, "Determinan Minat Berasuransi Syariah Pada Masyarakat Kota Banda Aceh."

Berdasarkan asumsi *Theory of Planned Behavior* (TPB) perlunya pengendalian diri pada seseorang agar pendapatan yang dimilikinya cukup untuk memenuhi kebutuhan yang jelas dibutuhkan, bukan kebutuhan yang mengikuti keinginan hatinya agar setara dengan yang lainnya. Pengendalian diri ini perlu dibarengi dengan pemahaman terhadap asuransi syariah karena dengan pendapatan yang dimiliki jika seseorang sadar akan pentingnya untuk proteksi diri maka akan tetap menyisihkan pendapatan untuk berasuransi syariah namun sebaliknya jika tidak merasa perlu proteksi diri maka pendapatannya hanya akan dihabiskan untuk keperluan yang diinginkannya saja.

4.6.3 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah

Berdasarkan hasil uji hipotesis ketiga dalam penelitian ini menyatakan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan asuransi syariah sehingga H3 diterima. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji yang telah dilakukan dalam variabel Promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan asuransi syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji T parsial memiliki nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,001 dan memperoleh nilai t hitung 3,404 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,987 maka H3 diterima, yang artinya variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Raudhatul Jannah Irfan, Farid Fathony Ashal, dan Riza Aulia yang menyatakan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan asuransi syariah. Jika promosi semakin meningkat maka minat menggunakan asuransi syariah juga akan semakin meningkat, peran bauran promosi sangat penting bagi asuransi syariah.¹¹⁵ Promosi merupakan sarana untuk mempublikasikan dan memperkenalkan suatu perusahaan, dari penelitian ini menunjukkan semakin menarik promosi yang ditampilkan dan semakin sering ditampilkan seperti di media sosial maka akan semakin menarik minat generasi milenial untuk menggunakan

¹¹⁵ Irfan, Ashal, and Aulia, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah."

asuransi syariah. Artinya, promosi asuransi syariah di Kota Semarang sudah banyak dilakukan oleh perusahaan asuransi syariah dan generasi milenialnya sudah cukup banyak mengenal asuransi syariah sehingga dapat menjawab hipotesis pada penelitian ini.

Promosi merupakan aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi agar seseorang tertarik pada produk-produk yang ditawarkan, hal ini didukung oleh *Theory of Planned Behavior* (TPB) dengan adanya norma subyektif yang mengartikan seseorang akan cenderung tertarik apabila ada orang lain yang menyarankannya untuk melakukan suatu perilaku maka tekanan sosial yang dirasakannya akan semakin besar dan sebaliknya disaat tidak ada tekanan dari orang lain atau tidak ada informasi yang diperolehnya maka tekanan sosial dalam dirinya akan cenderung berkurang.

4.6.4 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah

Berdasarkan hasil uji hipotesis keempat dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan asuransi syariah sehingga H4 diterima. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji yang telah dilakukan dalam variabel religiusitas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan asuransi syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji T parsial memiliki nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,001 dan memperoleh nilai hitung 3,310 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,987 maka H4 diterima, yang artinya variabel Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan asuransi syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Rama Muhamad Pramudya dan Mira Rahmi yang menyatakan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah.¹¹⁶ Dan sesuai juga dengan penelitian Raudhatul Jannah Irfan, Farid Fathony Ashal, dan Riza Aulia (2020) dengan hasil yang sama yaitu religiusitas berpengaruh positif dan signifikan

¹¹⁶ Pramudya and Rahmi, "Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah."

terhadap minat berasuransi syariah.¹¹⁷ Artinya semakin tinggi tingkat religiusitas seorang generasi milenial maka akan semakin tinggi pula minat menggunakan asuransi syariah, dan sebaliknya jika tingkat religiusitas generasi milenial menurun maka minat menggunakan asuransi syariah juga menurun. Hal ini menunjukkan generasi milenial di Kota Semarang telah memiliki tingkat religiusitas yang baik karena dapat menjawab hipotesis penelitian, berarti generasi milenialnya telah menerapkan agama Islam dalam kehidupan sehari-harinya.

Sikap Religiusitas merupakan sejauh mana seseorang bertindak sesuai dengan ajaran yang ada pada agamanya, berangkat dari *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan sikap terhadap perilaku, dengan adanya keyakinan agama dalam dirinya, mengetahui pentingnya memproteksi diri dan mengetahui apa yang akan didapat maka minat menggunakan asuransi syariah akan semakin meningkat, karena dengan menggunakan asuransi syariah dapat diniatkan untuk membantu sesama umat Islam lainnya.

4.6.5 Pengaruh Literasi Asuransi Syariah, Pendapatan, Promosi dan Religiusitas Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah

Berdasarkan hasil uji hipotesis kelima dalam penelitian ini menyatakan bahwa literasi asuransi syariah, pendapatan, promosi dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan asuransi syariah sehingga H5 diterima. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji yang telah dilakukan secara simultan, dan dibuktikan dengan hasil uji F dengan nilai t menunjukkan 30,985 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05. Maka H5 diterima yang artinya variabel literasi asuransi, pendapatan, promosi dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rama Muhammad Pramudya dan Mira Rahmi yang menyatakan secara simultan literasi asuransi, religiusitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

¹¹⁷ Irfan, Ashal, and Aulia, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah."

minat generasi milenial dalam menggunakan asuransi syariah.¹¹⁸ Hal tersebut berarti semakin meningkat tingkat literasi asuransi, pendapatan, promosi dan religiusitas secara bersama-sama maka minat generasi milenial dalam menggunakan asuransi syariah juga akan semakin meningkat.

Mengacu pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) tentang sikap seseorang yang mempengaruhinya dalam melakukan suatu tindakan, ini sama halnya dengan generasi milenial dalam membuat suatu perencanaan untuk masa depannya. Dalam penelitian ini menggunakan empat variabel yang dapat saling berkaitan, terkait pemahaman seseorang terhadap asuransi, dibarengi oleh pendapatan yang cukup dan bersisa, promosi yang muncul disaat yang tepat serta sikap keyakinan yang dalam terhadap agamanya akan menentukan sikap seseorang dalam memilih untuk menggunakan asuransi syariah.

¹¹⁸ Pramudya and Rahmi, "Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah."

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Literasi Asuransi Syariah, Pendapatan, Promosi dan Religiusitas terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah di Wilayah Kota Semarang dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Variabel Literasi Asuransi Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 5,313 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,987 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya Literasi Asuransi Syariah menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.
- b. Variabel Pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 0,780 lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 1,987 dan nilai signifikansi 0,437 lebih besar dari 0,05. Artinya Pendapatan tidak mempengaruhi Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.
- c. Variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 3,404 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,987 dan nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05. Artinya Promosi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.
- d. Variabel Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 3,310 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,987 dan nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05. Artinya Religiusitas menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.

- e. Berdasarkan uji simultan variabel Literasi Asuransi Syariah, Pendapatan, Promosi dan Religiusitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F sebesar 30,985 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Artinya secara bersama-sama mempengaruhi Minat Menggunakan Asuransi Syariah.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian tentang pengaruh literasi asuransi syariah, pendapatan, promosi dan religiusitas terhadap minat menggunakan asuransi syariah pada generasi milenial di wilayah Kota Semarang. Telah dilaksanakan dan dilakukan dengan prosedur ilmiah, namun dalam penelitian ini masih terdapat keterbatasan dalam penyusunannya dan belum memberikan hasil maksimal antara lain:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat satu variabel independen yang ditolak yaitu Pendapatan. Hasil riset menunjukkan Pendapatan tidak berpengaruh positif sedangkan menurut penelitian terdahulu dan teorinya Pendapatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan asuransi syariah. Sehingga hal tersebut menjadi keterbatasan karena perlu adanya penelitian lanjutan guna mengeksplorasi arti temuan tersebut bagi dunia praktik pada umumnya.
2. Keterbatasan lainnya dalam penelitian ini adalah sangat sulitnya mencari responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Riset diberikan pada responden yang tergolong generasi milenial dan sudah bekerja sehingga sulit untuk ditemui apalagi yang kerjanya di Perkantoran Besar. Kuesioner disebar kepada 100 responden yang belum memiliki asuransi syariah dan yang sesuai dan dapat diolah sebanyak 93 responden dan sebagian besar mengisi kuesioner melalui Google Form.

5.3 Saran-Saran

Berdasarkan mempertimbangkan hasil analisis, kesimpulan dan keterbatasan yang dikemukakan diatas maka peneliti memberikan saran untuk penelitian berikutnya dan beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan dan memperluas penelitian ini adalah:

1. Bagi pihak generasi milenial agar lebih terbuka terhadap sistem keuangan

syariah terutama asuransi syariah. Meningkatkan literasi asuransi syariah sebagai bekal pokok bagi kelangsungan hidup generasi milenial agar nantinya mampu menjadi masyarakat yang cerdas dan tahu pentingnya memproteksi diri untuk masa depan. Selain itu untuk senantiasa memanfaatkan jasa keuangan syariah untuk kebutuhan dan memproteksi diri yang menjadi salah satu hal penting didalam kehidupan.

2. Bagi Pemerintah khususnya Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berdasarkan hasil riset masih rendah pemahaman generasi milenial tentang asuransi syariah, sehingga perlu upaya yang lebih lagi untuk meningkatkan literasi asuransi syariah bagi generasi milenial agar dapat memproteksi diri di masa depan.
3. Bagi Perusahaan Asuransi Syariah khususnya di Wilayah Kota Semarang untuk lebih meningkatkan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat. Seperti membuat iklan yang lebih menarik agar generasi milenial lebih tertarik untuk menggunakan asuransi syariah.
4. Bagi peneliti selanjutnya berdasarkan hasil riset hipotesis pada variabel pendapatan ditolak. Sehingga diperlukan penelitian lanjutan terkait topik yang penulis bahas saat ini oleh peneliti selanjutnya mengenai variabel pendapatan sebagai penyempurnaan kajian minat menggunakan asuransi syariah pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Prof. Ma'ruf. *Living in the World That Is Fit for Habitation : CCI's Ecumenical and Religious Relationships*. Aswaja Pressindo, 2015.
- Arianti, Baiq Fitri. "Pengaruh Pendapatan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Akuntansi* 10, no. 1 (2020).
- Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia. "Publikasi Data Perkembangan Industri Asuransi Syariah." *Suparyanto dan Rosad* (2022).
- Aswir, and Hasanul Misbah. "Pengaruh Literasi Asuransi Terhadap Minat Nasabah (Studi Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Kantor Cabang Lampung)." *Photosynthetica* 2, no. 1 (2018).
- Azzochrah, Nurul Azizah, Abdul Wahab, and Saleh Ridwan. "Telaah Hukum Ekonomi Islam Terhadap Pendapatan Istri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga." *DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum* 17, no. 2 (2019).
- Badan Pusat Statistik Kota Semarang. "Luas Wilayah, Jumlah Penduduk Dan Kepadatan Penduduk." *Badan Pusat Statistik Kota Semarang*, 2022. <https://semarangkota.bps.go.id/indicator/12/48/1/kepadatan-penduduk.html>.
- Bappeda Kota Semarang. "Kondisi Umum Wilayah." *Bappeda.semarangkota.go.id* (n.d.).
- Basar, M. Al-Yasa, and Nurma Sari. "Determinan Minat Berasuransi Syariah Pada Masyarakat Kota Banda Aceh." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam IV* (2022).
- BPKAD Kota Semarang. "Visi Misi Kota Semarang." <http://bpkad.semarangkota.go.id/page/visi-misi>.
- Chrismardani, Yustina. "Theory Of Planned Behavior Sebagai Prediktor Intensi Berwirausaha." *Jurnal Kompetensi* 10, no. 1 (2016).
- Dewan Asuransi Indonesia. "Undang-Undang Republik Indonesia No.2 Tahun 1992 Dan Peraturan Pelaksanaan Tentang Usaha Perasuransian." *Demographic Research* (2020).
- Fauziah, Nirwana, Heti Mulyati, and Wita Juwita Ermawati. "The Measurement of Efficiency and Factors That Affect Indonesia Sharia Insurance Efficiency." *Jurnal Aplikasi Manajemen* 18, no. 2 (2020).
- HAMRINA, H. "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Peningkatan Kinerja Di Kalangan Umkm Pada Pedagang Pasar Andi ..." (2021). <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/3689/1/HAMRINA.pdf>.
- Hanafi, Lusiana Ayu Agustina. "Jurnal Syar ' Insurance (Sijas) Issn : 2460-5484" 7, no. 2

(2021).

Ichsan, Nurul. *Asuransi Syariah: Teori, Konsep, Sistem Operasional, Dan Praktik*. Depok: Rajawali Pers, 2020.

Indeks, Perbandingan, Literasi Keuangan, Berdasarkan Gender, and Jenis Kelamin. “SIARAN PERS SURVEI NASIONAL LITERASI DAN INKLUSI KEUANGAN TAHUN 2022,” no. November (2022).

Irfan, Raudhatul jannah, Farid Fathony Ashal, and Riza Aulia. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah.” *JIHBIZ :Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 2, no. 1 (2020).

jatengprov.go.id. “Ganjar Umumkan Penetapan UMK Jawa Tengah, Kota Semarang Tertinggi.” 7 Desember. Last modified 2022. <https://jatengprov.go.id/publik/ganjar-umumkan-penetapan-umk-jawa-tengah-kota-semarang-tertinggi/>.

Lestari, Widiya. “Pengaruh Pelayanan Promosi Dab Syariah Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Asuransi Syariah (Studi Pada PT.Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang).” *Journal of Chemical Information and Modeling* 2, no. 1 (2019). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBE_TUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.

Mahardika, Tegar Pangesti. “PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI DENGAN SIKAP KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Pengguna Kosmetik Wardah Di Yogyakarta).” *Jurnal Ilmu Manajemen* 16, no. 2 (2019). <https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/34766>.

Mirawati, Elda. “TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASYARAKAT PADA WYD (Wear Your Design) DISTRO PALANGKA RAYA” (2021).

Mulyani, Sri dan Kasmirudin. “Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Asuransi Pada PT. Asuransi Takaful Umum Cabng Pekanbaru” (2020).

Natalia. “Pengaruh Ulasan Pelanggan Online Terhadap Keputusan Generasi Milenial Dalam Memesan Kamar Hotel” (2017). http://repository.podomorouniversity.ac.id/98/12/31160054_TA_12_BAB2.pdf.

Nugroho, Reynaldi Satrio. “Pengantar Teori Generasi Strauss-Howe.” 21 May. Last modified 2016. <https://medium.com/@reysatrio/pengantar-teori-generasi-strauss-howe-8c59f051eb7>.

Otoritas Jasa Keuangan. “Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 -

2025.” *Ojk.Go.Id* (2021).
<https://www.ojk.go.id/id/berita-dankegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-2021-2025.aspx>.

Prambadi, Gilang Akbar. “Tingkatkan Penetrasi Asuransi, Pemberian Literasi Untuk Kalangan Milenial Terus Didorong.” *19 Oktober*. Last modified 2022.
<https://iqra.republika.co.id/berita/rk0wvx456/tingkatkan-penetrasi-asuransi-pemberian-literasi-untuk-kalangan-milenial-terus-didorong>.

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, no. 1 (2022).

Prasetyo Bambang, Jannah Miftahul Lina. *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2012.

Rachmatullah, Dhepril Puradi. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah” (2020).

Rahmadion, Muhammad, Fitri Yetty, and Muhammad Anwar Fathoni. “Pengaruh Literasi Asuransi Syariah Terhadap Persepsi Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Syariah Di JABODETABEK.” *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar 2*, no. 2 (2021).

Ramadhani, Dwi Annisa, Supaino Supaino, and Marlya Fatira. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Asuransi Syariah Pada Masyarakat Di Kota Medan.” *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam* 6, no. 1 (2020).

Rizaty, Monavia Ayu. “BPS: Jumlah Penduduk Indonesia Sebanyak 275,77 Juta Pada 2022.” *DataIndonesia.Id*.
<https://dataindonesia.id/Ragam/detail/bps-jumlah-penduduk-indonesia-sebanyak-27577-juta-pada-2022>.

Seni, Ni Nyoman Anggar, and Ni Made Dwi Ratnadi. “Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi.” *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 12 (2017).

Shihab, Muhammad Quraish. *Tafsir Al-Mishbah*, 2001.

Silmi. “Bab Iii Metoda Penelitian 3.1.” *Bab III Metoda Penelitian* Bab iii me (2017).

Soewadji, Jusuf. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.

Sula, Muhammad Syakir. *Asuransi Syariah (Life and General): Konsep Dan Sistem Operasional*. Jakarta: Gema Insani Press, 2004.

Suparyanto dan Rosad (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Syariah*. *Suparyanto Dan Rosad (2015)*. Vol. 5, 2020.

- Syahputra, Rizki. "Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan." *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)* 6, no. 2 (2019).
- Tantiya, Absyarina. "PENGARUH PREMI, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH PADA PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA CABANG BANDA ACEH" (2019).
- Yanti, Yuli. "Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Produk, Citra Perusahaan Asuransi Syariah Terhadap Kesadaran Masyarakat Berasuransi Syariah." *Ekp* (2015).
- Yuliara, I Made. "Modul Regresi Linier Berganda." *Universitas Udayana* (2016).

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i
Di Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian Studi Strata Satu (S1) Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Saya bermaksud melakukan penelitian skripsi yang berjudul **“Pengaruh Literasi Asuransi, Pendapatan, Promosi, dan Religiusitas terhadap Minat Menggunakan Asuransi Syariah (Studi Generasi Milenial di Wilayah Kota Semarang)”**.

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat untuk memperoleh data yang utama. Karena itu, saya mohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i agar berkenan menjadi responden dalam penelitian dengan mengisi kuesioner penelitian ini secara lengkap dan juga jujur. Adapun jawaban dari kuesioner ini tidak ada yang salah, sehingga apapun jawaban yang Saudara/Saudari berikan adalah benar. Jawaban dari kuesioner ini semata-mata hanya ditujukan untuk kepentingan penelitian dan bukan untuk maksud yang lain.

Demikian permohonan saya, atas kesediaan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/i, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,



Yulia Asmi Azizah

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Di mohon untuk membaca setiap pertanyaan dengan hati-hati dan teliti.
2. Mohon untuk menjawab semua pertanyaan dan setiap bagian kuesioner, jangan sampai ada pertanyaan yang tidak terjawab karena akan menyebabkan seluruh jawaban tidak dapat diolah atau kuesioner dianggap tidak berlaku. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, jawaban yang diharapkan adalah jawaban yang jujur karena jawaban tersebut yang sesungguhnya sangat berarti bagi peneliti, dan jawaban tersebut sebagai masukan untuk perkembangan asuransi syariah dimasa mendatang.
3. Untuk mengisi bagian Profil Responden, mohon tandai jawaban dengan memberi tanda (√) pada jawaban yang diminta dan pada bagian yang kosong jika diminta.
4. Untuk mengisi bagian Screening, mohon beri tanda (√) pada jawaban yang diminta dan mengisi bagian yang kosong jika diminta.
5. Untuk mengisi bagian Kuesioner Inti, mohon memberi tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan sesuai dengan tingkat penilaian yang tersedia, dengan keterangan sebagai berikut:
SS = Sangat Setuju (5)
S = Setuju (4)
N = Netral (3)
TS = Tidak Setuju (2)
STS = Sangat Tidak Setuju (1)
6. Terimakasih banyak atas kesediaannya untuk meluangkan waktu dan berkenan memberikan jawaban pada angket yang telah disediakan.

PROFIL RESPONDEN

1. Nama Responden : _____
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
3. Usia : 23-27 tahun 28-32 tahun
 33-37 tahun 38-43 tahun
4. Pekerjaan : Pegawai Negeri Pegawai Swasta
 Wiraswasta Tenaga Medis
 Tenaga Pendidik
 Lainnya: _____
5. Gaji : < Rp3.000.000 Rp3.000.000 – Rp5.000.000
 Rp6.000.000 – Rp8.000.000 > Rp9.000.000

KUESIONER

A. Variabel Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah

No	Pertanyaan	Tingkat Persetujuan				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Apakah anda mencari tahu produk-produk yang ada pada Asuransi Syariah?					
2.	Apakah menggunakan Asuransi Syariah merupakan gaya hidup?					
3.	Apakah memilih produk Asuransi Syariah karena anda membutuhkannya?					
4.	Apakah anda mencari tahu informasi kepada kerabat atau teman yang terlebih dahulu menggunakan Asuransi Syariah?					
5.	Apakah anda percaya menggunakan Asuransi Syariah dapat melindungi diri?					

B. Variabel Literasi Asuransi Syariah

No	Pertanyaan	Tingkat Persetujuan				
		STS	TS	N	S	SS

1.	Apakah Asuransi Syariah telah menggunakan prinsip syariah secara menyeluruh?					
2.	Apakah menggunakan Asuransi Syariah memiliki manfaat sebagai perlindungan dari risiko?					
3.	Apakah Asuransi Syariah dapat membantu keuangan keluarga disaat anda sudah tidak dapat bekerja?					
4.	Apakah untuk meminimalisir risiko kerugian dimasa yang akan datang, anda mempersiapkan diri untuk menghadapinya dengan menggunakan Asuransi Syariah?					

C. Variabel Pendapatan

No	Pertanyaan	Tingkat Persetujuan				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Apakah dengan pendapatan anda setiap bulannya, sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari?					
2.	Apakah disaat pendapatan yang anda peroleh sudah lebih dari cukup, anda akan menyisihkan pendapatan untuk berasuransi syariah?					

D. Variabel Promosi

No	Pertanyaan	Tingkat Persetujuan				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Apakah anda sering menemukan iklan dari Perusahaan Asuransi Syariah melalui media sosial seperti Instagram, Youtube, TikTok atau lainnya?					
2.	Apakah anda pernah ditawari oleh seseorang untuk bergabung menggunakan Asuransi Syariah?					
3.	Apakah media promosi yang digunakan Perusahaan Asuransi Syariah selalu menarik perhatian?					
4.	Apakah anda tertarik menggunakan Asuransi Syariah karena informasi yang disampaikan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya?					

E. Variabel Religiusitas

No	Pertanyaan	Tingkat Persetujuan				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Apakah anda meyakini bahwa tiada Tuhan selain Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW utusan-Nya?					
2.	Apakah anda yakin bahwa Asuransi Syariah telah sesuai dengan prinsip Islam?					
3.	Apakah anda percaya Allah SWT akan mengabulkan doa-doa anda jika anda bersungguh-sungguh?					
4.	Apakah anda yakin menggunakan Asuransi Syariah tidak termasuk riba?					
5.	Apakah anda senang melakukan sikap tolong menolong terhadap sesama umat Islam?					

Lampiran 2. Tabulasi Data

a. Variabel X1 (Literasi Asuransi Syariah)

Literasi Asuransi Syariah (X1)				Total X1
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
2	4	3	2	11
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
1	4	4	4	13
1	1	1	1	4
2	2	3	2	9
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	4	3	2	13
3	4	4	4	15
3	3	4	4	14
4	4	3	3	14
4	4	4	3	15
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
1	2	2	3	8
3	3	2	3	11
3	4	3	4	14
4	4	3	4	15
3	3	4	4	14
4	4	4	5	17
3	3	3	3	12
4	5	4	4	17
4	4	3	3	14
3	2	2	3	10
3	4	4	4	15
2	2	2	2	8
3	4	3	3	13
4	5	4	4	17
3	3	2	3	11
3	3	3	3	12
2	3	3	3	11
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18

4	3	4	5	16
2	2	4	4	12
3	3	3	3	12
3	4	2	4	13
4	5	5	5	19
3	4	5	4	16
5	5	5	5	20
4	5	2	4	15
2	2	2	2	8
4	4	5	4	17
2	2	4	4	12
3	3	3	3	12
3	4	2	4	13
4	5	5	5	19
3	4	5	4	16
5	5	5	5	20
4	5	2	4	15
2	2	2	2	8
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
4	5	5	5	19
3	3	3	3	12
3	4	4	5	16
4	5	5	3	17
4	4	4	4	16
3	5	4	4	16
2	2	2	2	8
5	5	4	4	18
2	2	2	2	8
1	1	1	1	4
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	2	4	14
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
4	4	5	4	17
4	5	5	5	19
4	4	3	2	13

3	4	4	4	15
4	5	5	3	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
2	2	2	2	8
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
4	5	4	4	17
4	4	5	4	17
3	4	3	5	15
3	4	4	3	14

b. Variabel 2 (Pendapatan)

Pendapatan (X2)		Total X2
X2.1	X2.2	
4	2	6
4	5	9
4	4	8
4	4	8
1	1	2
1	1	2
4	5	9
4	5	9
4	4	8
4	4	8
4	4	8
5	3	8
3	3	6
4	4	8
3	4	7
4	4	8

5	2	7
3	2	5
3	3	6
5	1	6
4	4	8
5	5	10
3	3	6
3	2	5
5	3	8
4	4	8
3	4	7
3	2	5
4	2	6
4	5	9
4	3	7
3	3	6
2	4	6
4	5	9
4	5	9
4	5	9
4	4	8
4	4	8
4	1	5
4	5	9
1	1	2
4	5	9
4	4	8
2	2	4
4	4	8
4	4	8
4	4	8
5	5	10
4	5	9
1	1	2
4	5	9
4	4	8
2	2	4
5	5	10
4	4	8
5	5	10

4	4	8
1	1	2
2	2	4
4	2	6
2	2	4
5	5	10
2	2	4
4	5	9
4	4	8
4	4	8
5	5	10
2	2	4
4	4	8
3	4	7
4	5	9
4	5	9
5	5	10
4	4	8
5	4	9
2	2	4
5	5	10
4	4	8
4	4	8
5	4	9
4	4	8
2	4	6
2	2	4
5	5	10
4	4	8
2	5	7
4	5	9
4	4	8
5	5	10
2	4	6
4	5	9
3	4	7
2	4	6

c. Variabel X3 (Promosi)

Promosi (X3)				Total X3
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
4	4	3	2	13
4	4	5	5	18
5	4	4	4	17
4	5	4	5	18
4	5	3	2	14
1	1	1	1	4
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
4	5	4	5	18
4	3	3	3	13
2	1	4	3	10
5	1	3	5	14
2	2	4	3	11
3	3	3	4	13
4	4	3	5	16
4	4	4	4	16
2	3	2	2	9
2	1	2	3	8
4	2	3	3	12
1	1	1	1	4
4	5	5	4	18
5	4	4	3	16
3	1	3	3	10
4	2	4	4	14
3	2	3	3	11
1	1	1	2	5
4	3	4	3	14
2	2	2	2	8
3	2	3	3	11
5	2	4	4	15
2	2	3	3	10
3	3	3	3	12
5	4	3	3	15
4	2	4	5	15
2	3	4	5	14
4	2	3	4	13

5	2	4	4	15
3	3	3	3	12
2	3	2	1	8
4	5	4	5	18
4	5	3	2	14
4	5	4	5	18
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
5	2	4	4	15
3	3	3	3	12
2	3	2	1	8
4	5	4	5	18
4	5	3	2	14
4	5	4	5	18
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
4	5	4	5	18
4	4	5	3	16
2	1	4	3	10
4	4	5	5	18
4	5	5	3	17
5	1	4	5	15
4	4	5	4	17
4	4	4	5	17
4	4	5	2	15
4	4	5	5	18
5	4	4	4	17
4	5	4	5	18
4	5	3	2	14
1	1	1	1	4
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
4	5	4	5	18
4	4	5	5	18
2	1	4	4	11

4	4	5	5	18
4	2	5	5	16
5	1	4	5	15
2	2	4	5	13
4	5	5	4	18
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
2	5	2	2	11
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
5	5	4	4	18
4	4	4	5	17
4	5	4	5	18
4	2	4	4	14
5	4	2	4	15
4	2	4	4	14
4	2	3	4	13

d. Variabel X4 (Religiusitas)

Religiusitas (X4)					Total X4
X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	
5	2	5	3	4	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23
1	1	5	1	5	13
1	1	1	1	1	5
5	4	5	4	4	22
4	5	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	3	5	4	4	21
5	4	5	4	5	23
3	3	4	5	5	20
5	4	5	4	4	22
5	3	5	3	4	20

5	3	5	3	5	21
5	3	5	3	4	20
5	4	5	4	5	23
5	4	5	5	5	24
4	3	4	5	4	20
5	3	5	3	5	21
5	3	5	3	5	21
5	3	5	3	5	21
5	3	5	3	5	21
5	3	5	3	5	21
5	3	5	2	5	20
5	3	5	5	5	23
5	4	4	4	5	22
5	4	5	4	5	23
3	3	3	3	3	15
5	3	5	3	5	21
5	4	4	5	5	23
5	4	4	4	4	21
5	4	3	4	5	21
5	4	5	2	4	20
4	4	4	4	4	20
5	2	5	3	5	20
5	4	5	4	5	23
5	1	5	1	5	17
5	4	5	4	5	23
5	4	5	4	5	23
1	4	5	4	4	18
5	4	4	5	4	22
5	4	5	2	4	20
4	4	4	4	4	20
5	2	5	3	5	20
5	4	5	4	5	23
5	1	5	1	5	17
5	4	5	4	5	23
5	4	5	4	5	23
5	4	5	4	4	22
5	4	5	4	5	23
5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	21

5	5	5	5	5	25
5	4	4	3	5	21
5	3	4	2	4	18
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23
5	2	4	5	5	21
5	2	5	3	4	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23
5	1	5	1	5	17
5	2	1	2	4	14
5	4	5	4	5	23
5	4	5	4	4	22
5	4	5	4	5	23
4	5	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	4	2	5	20
5	2	4	3	4	18
5	5	5	5	5	25
5	3	5	4	4	21
5	4	5	4	5	23
5	3	4	5	5	22
5	4	5	4	4	22
5	3	5	4	4	21
5	4	5	3	5	22
5	4	5	4	4	22
5	5	5	4	4	23
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	5	22
5	4	4	2	5	20
5	3	5	4	4	21
5	4	4	3	5	22
5	4	4	3	5	21

e. Variabel Y (Minat Menggunakan Asuransi Syariah)

Minat Menggunakan Asuransi Syariah (Y)					Total Y
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
2	2	2	2	4	12
5	4	5	5	4	23
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	21
1	3	3	1	3	11
1	1	1	1	1	5
2	2	3	3	2	12
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
3	2	1	4	4	14
3	4	4	4	4	19
4	3	4	4	3	18
3	3	3	3	4	16
3	3	4	4	4	18
5	4	3	3	4	19
3	2	4	4	3	16
2	1	1	1	3	8
5	2	2	2	5	16
3	3	4	3	4	17
4	1	1	1	4	11
3	4	5	4	4	20
3	2	3	3	3	14
2	3	3	2	3	13
3	3	3	2	5	16
3	3	3	3	4	16
2	3	2	1	2	10
3	3	4	4	4	18
2	2	2	2	2	10
3	4	2	2	3	14
4	4	5	5	4	22
3	4	3	2	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	4	4	5	19
4	4	5	4	4	21
4	4	5	4	4	21
3	2	4	5	4	18

4	2	3	1	2	12
4	4	4	4	4	20
2	1	2	1	4	10
4	4	5	4	4	21
1	3	3	1	3	11
4	4	5	4	4	21
4	2	4	4	4	18
2	2	3	3	2	12
4	4	3	5	5	21
4	2	3	1	2	12
4	4	4	4	4	20
2	1	2	1	4	10
4	4	5	4	4	21
1	3	3	1	3	11
4	4	5	4	4	21
4	2	4	4	4	18
2	2	3	3	2	12
4	4	5	5	4	22
4	4	3	5	5	21
5	5	5	5	5	25
4	2	1	4	4	15
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	3	20
4	2	4	4	4	18
4	5	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20
5	4	2	4	4	19
2	5	3	4	3	17
5	2	2	2	5	16
4	5	4	5	4	22
4	4	4	5	5	22
5	4	5	4	4	22
4	2	2	4	4	16
2	4	5	2	5	18
4	4	5	2	5	20
5	5	5	5	5	25
2	4	2	1	2	11
4	5	4	4	4	21
2	2	2	2	2	10
5	4	2	2	3	16

4	4	5	5	4	22
2	4	5	2	4	17
4	4	5	4	5	22
4	4	5	4	5	22
4	2	4	4	5	19
4	4	5	4	4	21
4	4	5	4	4	21
5	2	4	5	4	20
3	3	3	5	4	18
3	4	4	4	4	19
4	4	4	5	5	22
4	3	4	4	3	18
5	4	5	5	5	24
4	3	4	5	4	20
4	4	5	5	4	22
4	2	3	2	4	15
4	5	4	4	4	21

Lampiran 3. Hasil Output_SPSS Uji Deskripsi Responden

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	50	53.8	53.8	53.8
	Perempuan	43	46.2	46.2	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	23-27 th	48	51.6	51.6	51.6
	28-32 th	39	41.9	41.9	93.5
	33-37 th	6	6.5	6.5	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai Negeri	17	18.3	18.3	18.3

Pegawai Swasta	43	46.2	46.2	64.5
Wiraswasta	13	14.0	14.0	78.5
Tenaga Medis	3	3.2	3.2	81.7
Tenaga Pendidik	5	5.4	5.4	87.1
Freelance	7	7.5	7.5	94.6
Honorar	3	3.2	3.2	97.8
Pengusaha	1	1.1	1.1	98.9
Tentor	1	1.1	1.1	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Gaji

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <Rp3.000.000	25	26.9	26.9	26.9
Rp3.000.000- Rp5.000.000	52	55.9	55.9	82.8
Rp6.000.000- Rp8.000.000	14	15.1	15.1	97.8
>Rp9.000.000	2	2.2	2.2	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Lampiran 4. Hasil Output_SPSS Uji Statistic Deskriptif

	Descriptive Statistics						
	N	Rang	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Literasi Asuransi	93	16	4	20	14.80	3.628	13.164
Pendapatan	93	8	2	10	7.28	2.108	4.443
Promosi	93	14	4	18	14.42	3.537	12.507
Religiusitas	93	20	5	25	21.39	2.978	8.870
Minat Menggunakan Asuransi Syariah	93	20	5	25	17.60	4.352	18.938
Valid N (listwise)	93						

Lampiran 5. Hasil Output_SPSS Uji Validitas

a. Variabel Literasi Asuransi Syariah (X1)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Literasi Asuransi
X1.1	Pearson Correlation	1	.810**	.625**	.642**	.874**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93
X1.2	Pearson Correlation	.810**	1	.672**	.709**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93
X1.3	Pearson Correlation	.625**	.672**	1	.725**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93
X1.4	Pearson Correlation	.642**	.709**	.725**	1	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93	93
Literasi Asuransi	Pearson Correlation	.874**	.908**	.864**	.871**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93

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

b. Variabel Pendapatan (X2)

		Correlations		
		X2.1	X2.2	Pendapatan
X2.1	Pearson Correlation	1	.598**	.877**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	93	93	93
X2.2	Pearson Correlation	.598**	1	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	93	93	93
Pendapatan	Pearson Correlation	.877**	.909**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	93	93	93

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

c. Variabel Promosi (X3)

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Promosi
X3.1	Pearson Correlation	1	.459**	.578**	.556**	.814**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93
X3.2	Pearson Correlation	.459**	1	.414**	.262*	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.011	.000
	N	93	93	93	93	93
X3.3	Pearson Correlation	.578**	.414**	1	.666**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93
X3.4	Pearson Correlation	.556**	.262*	.666**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.000		.000
	N	93	93	93	93	93
Promosi	Pearson Correlation	.814**	.717**	.828**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

d. Variabel Religiusitas (X4)

		Correlations					
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Religiusitas
X4.1	Pearson Correlation	1	.236*	.391**	.216*	.462**	.623**
	Sig. (2-tailed)		.023	.000	.037	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
X4.2	Pearson Correlation	.236*	1	.216*	.698**	.237*	.775**
	Sig. (2-tailed)	.023		.037	.000	.022	.000
	N	93	93	93	93	93	93
X4.3	Pearson Correlation	.391**	.216*	1	.185	.532**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.000	.037		.076	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
X4.4	Pearson Correlation	.216*	.698**	.185	1	.205*	.760**
	Sig. (2-tailed)	.037	.000	.076		.049	.000
	N	93	93	93	93	93	93
X4.5	Pearson Correlation	.462**	.237*	.532**	.205*	1	.624**
	Sig. (2-tailed)	.000	.022	.000	.049		.000

	N	93	93	93	93	93	93
Religiusitas	Pearson Correlation	.623**	.775**	.608**	.760**	.624**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93

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

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

e. Variabel Minat Menggunakan Asuransi Syariah (Y)

		Correlations					Minat Mengguna kan Asuransi Syariah
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
Y1	Pearson Correlation	1	.391**	.413**	.597**	.562**	.750**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
Y2	Pearson Correlation	.391**	1	.638**	.512**	.392**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
Y3	Pearson Correlation	.413**	.638**	1	.616**	.437**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
Y4	Pearson Correlation	.597**	.512**	.616**	1	.526**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
Y5	Pearson Correlation	.562**	.392**	.437**	.526**	1	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93
Minat Menggu nakan Asuran si Syariah	Pearson Correlation	.750**	.755**	.810**	.853**	.721**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93

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

Lampiran 6. Hasil Outout_SPSS Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	93	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	93	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

a. Variabel Literasi Asuransi Syariah (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.801	6

b. Variabel Pendapatan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.901	4

c. Variabel Promosi (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.744	2

d. Variabel Religiusitas (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.777	4

e. Variabel Minat Menggunakan Asuransi Syariah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's		
Alpha	N of Items	
.705	5	

Lampiran 7. Hasil Output_SPSS Uji Normalitas Uji_One-Sample KS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.80414029
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.036
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

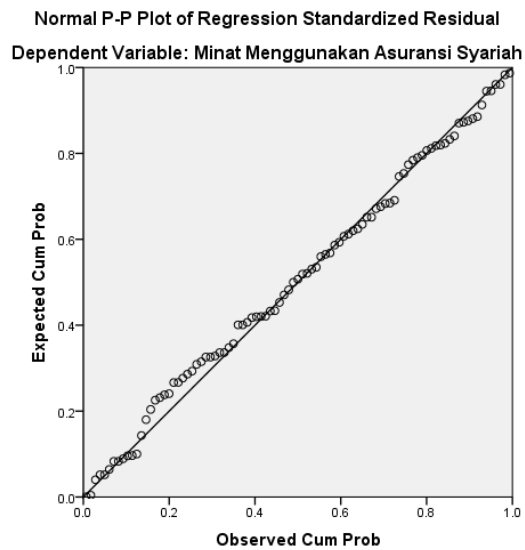
a. Test distribution is Normal.

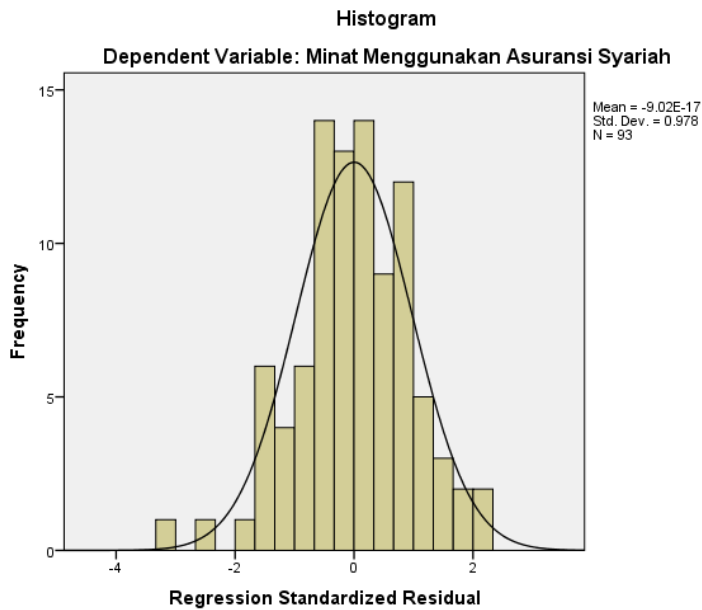
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Lampiran 8. Hasil Output_SPSS Normal P-P Plot



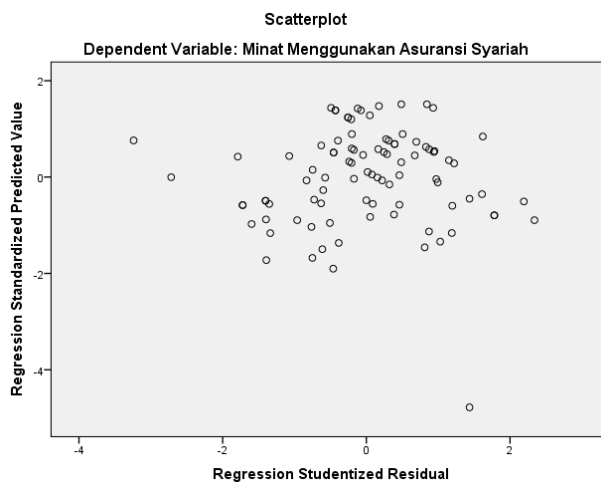


Lampiran 9. Hasil Output_SPSS Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a				Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	-3.832	2.233		-1.716	.090		
Literasi Asuransi	.491	.092	.410	5.313	.000	.794	1.260
Pendapatan	.126	.161	.061	.780	.437	.775	1.290
Promosi	.336	.099	.273	3.404	.001	.733	1.364
Religiusitas	.393	.119	.269	3.310	.001	.715	1.399

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Asuransi Syariah

Lampiran 10. Hasil Output_SPSS Uji Heterokedastisitas Scatterplot



Lampiran 11. Hasil Output_SPSS Uji Heteroskedastisitas Glejser

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.060	1.328		4.563	.000
	Literasi	-.105	.055	-.215	-1.907	.060
	Asuransi					
	Pendapatan	.087	.096	.103	.904	.368
	Promosi	-.001	.059	-.002	-.018	.986
	Religiusitas	-.138	.071	-.233	-1.961	.053

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 12. Hasil Output_SPSS Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.765 ^a	.585	.566	2.867

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Literasi Asuransi, Pendapatan, Promosi

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan Asuransi Syariah

Lampiran 13. Hasil Output_SPSS Uji T

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-3.832	2.233		-1.716	.090
	Literasi	.491	.092	.410	5.313	.000
	Asuransi					
	Pendapatan	.126	.161	.061	.780	.437
	Promosi	.336	.099	.273	3.404	.001
	Religiusitas	.393	.119	.269	3.310	.001

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Asuransi Syariah

Lampiran 14. Hasil Output_SPSS Uji F

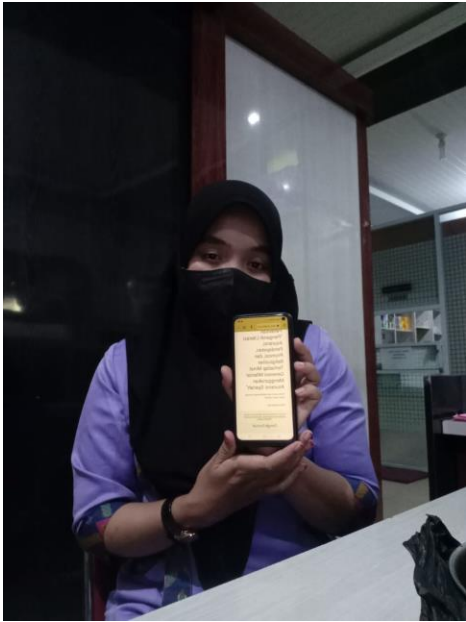
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1018.865	4	254.716	30.985	.000 ^b
	Residual	723.415	88	8.221		
	Total	1742.280	92			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Asuransi Syariah

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Literasi Asuransi, Pendapatan, Promosi

Lampiran 15. Dokumentasi



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Bahwa yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Yulia Asmi Azizah
Tempat, Tanggal Lahir : Sukaraja, 17 Juli 2001
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Desa Sukaraja Rt.05 / Rw.03 Kec. Logas Tanah Darat,
Kab. Kuantan Singingi, Riau
Nomor telepon / HP : - / 082398268978
Email : yuliaasmi01@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

- | | |
|----------------------------|-------------------|
| 1. TK Pertiwi Bina Bhakti | Tahun 2006 - 2007 |
| 2. SDN 008 Sukaraja | Tahun 2007 - 2013 |
| 3. MTs Darul Ulum Sukaraja | Tahun 2013 - 2016 |
| 4. SMA Negeri Pintar Riau | Tahun 2016 - 2019 |
| 5. UIN Walisongo Semarang | Tahun 2019 - 2023 |

PENGALAMAN ORGANISASI

- | | |
|-----------------------------|-------------------|
| 1. HMJ Akuntansi Syariah | Tahun 2020 - 2021 |
| 2. TAX CENTER UIN Walisongo | Tahun 2021 - 2023 |
| 3. KSPM UIN Walisongo | Tahun 2021 - 2022 |
| 4. RPMR'S | Tahun 2019 – 2023 |

Demikian riwayat hidup ini, saya buat dengan sebenar-benarnya untuk di gunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, Juni 2023



Yulia Asmi Azizah