

**PENGARUH LITERASI ASURANSI SYARIAH, PERSEPSI
KEPERCAYAAN, DAN KESADARAN TERHADAP MINAT MEMBELI
PRODUK ASURANSI SYARIAH DI KALANGAN GENERASI MILENIAL
MUSLIM KOTA YOGYAKARTA**



**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
SARJANA ILMU EKONOMI**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
OLEH:
ALVYNADA NURUL LAILY
NIM: 20108030066
YOGYAKARTA

**PROGRAM STUDIMANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2024

**PENGARUH LITERASI ASURANSI SYARIAH, PERSEPSI
KEPERCAYAAN, DAN KESADARAN TERHADAP MINAT MEMBELI
PRODUK ASURANSI SYARIAH DI KALANGAN GENERASI MILENIAL
MUSLIM KOTA YOGYAKARTA**



**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR**

SARJANA ILMU EKONOMI

OLEH:

ALVYNADA NURUL LAILY

NIM: 20108030066

DOSEN PEMBIMBING:

Dr.H. MUKHAMAD YAZID AFANDI, M. Ag

NIP: 19720913 200312 1 001

**PROGRAM STUDIMANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2024



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-993/Un.02/DEB/PP.00.9/07/2024

Tugas Akhir dengan judul

: PENGARUH LITERASI ASURANSI SYARIAH, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN KESADARAN TERHADAP MINAT MEMBELI PRODUK ASURANSI SYARIAH DI KALANGAN GENERASI MILENIAL MUSLIM KOTA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALVYNADA NURUL LAILY
Nomor Induk Mahasiswa : 20108030066
Telah diujikan pada : Kamis, 20 Juni 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. Mukhamad Yazid Afandi, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6694bf451dc3e

Pengaji I

Sunarsih, S.E., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 66861b54d0399

Pengaji II

Hilmy Baroroh, S.E.I.,M.E.K.
SIGNED

Valid ID: 66869947c9be



Valid ID: 668f3c111ed61

Yogyakarta, 20 Juni 2024

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdaawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Alvynada Nurul Laily

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca meneliti memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudari:

Nama : Alvynada Nurul Laily

NIM : 20108030066

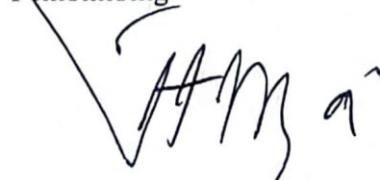
Judul : "Pengaruh Literasi Asuransi Syariah, Persepsi Kepercayaan, dan Kesadaran Terhadap Minat Membeli Produk Asuransi Syariah di Kalangan Generasi Milenial Muslim Kota Yogyakarta"

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 4 Juni 2024

Pembimbing



Dr.H.Mukhamad Yazid Afandi, M. Ag.
NIP. 19720913 200312 1 001

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alvynada Nurul Laily

NIM : 20108030066

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Literasi Asuransi Syariah, Persepsi Kepercayaan, dan Kesadaran Terhadap Minat Membeli Produk Asuransi Syariah di Kalangan Generasi Milenial Muslim Kota Yogyakarta”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan dibuat dalam *bodynote* serta daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan pada karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 4 Juni 2024

Penulis.



Alvynada Nurul laily

NIM. 20108030066

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alvynada Nurul Laily

NIM : 20108030066

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-ekslusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Literasi Asuransi Syariah, Persepsi Kepercayaan, dan Kesadaran Terhadap Minat Membeli Produk Asuransi Syariah di Kalangan Generasi Milenial Muslim Kota Yogyakarta”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas *Royalty Non Exclusive* ini, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/penyusun dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Dibuat di Yogyakarta

Pada Tanggal 4 Juni 2024

Yang Menyatakan



Alvynada Nurul Laily
NIM. 20108030066

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alvynada Nurul Laily

Nim : 20108030066

Program Studi : Manajemen Keuangan syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa saya menyerahkan diri dengan mengenakan jilbab untuk dipasang pada ijazah saya. Atas segala konsekuensi yang timbul di kemudian hari sehubungan dengan pemasangan pasfoto berjilbab pada iajazah saya tersebut adalah menjadi tanggung jawab saya sepenuhnya.

Demikian surat **pernyataan** ini saya buat dengan **sebenar-benarnya** dan penuh dengan kesadaran untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 4 Juni 2024

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALONG
YOGYAKARTA



Alvynada Nurul Laily
NIM. 20108010066

HALAMAN MOTTO

“when we learn we can grow”

-I Made Subagiarta-



HALAMAN PERSEMPAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, dengan segala rasa syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir dengan segala kekurangan. Shalawat salam tak lupa saya ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membuka ilmu pengetahuan.

Saya persembahkan karya ilmiah ini kepada:

Kedua orang tua saya, mereka yang selalu melangitkan doa-doa baik untuk anak-anaknya, selalu memberikan kasih sayang, cinta, semangat, motivasi yang tiada henti serta dukungan moral maupun financial yang luar biasa sampai saat ini. Kemudian teruntuk kakak tersayang yang telah menjadi panutan untuk adik-adiknya. Dan untuk adik tersayang yang selalu memberikan semangat serta dukungan untuk kakak-kakaknya. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan atas izin merantau dari kalian dan terima kasih sudah mengantarkan saya sampai tempat ini, saya persembahkan karya tulis sederhana dan gelar ini untuk kalian semua. *I love you!*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ه	Hā'	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Šād	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	đ	de (dengan titik di bawah)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ت	Tā'	ت	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ز	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	ki
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	we
ه	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	,	apostrof
ي	Yā'	y	ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

مُتَعَدِّدَةٌ	Ditulis	muta ‘addidah
عَدَّةٌ	Ditulis	‘iddah

C. Ta'Marbuttah

Semua tā' marbūṭah ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah

terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حَكْمَةٌ	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عَلَّةٌ	Ditulis	<i>'illah</i>
كَرَامَةُ الْأُولِيَاءِ	Ditulis	<i>Karamah al-auliyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- ó ---	Fathah	Ditulis	<i>a</i>
--- ِ ---	Kasrah	Ditulis	<i>i</i>
--- ُ ---	Dammah	Ditulis	<i>u</i>
فَعْلٌ	Fathah	Ditulis	<i>fa 'ala</i>
ذَكْرٌ	Kasrah	Ditulis	<i>żukira</i>
يَذْهَبُ	Dammah	Ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جَاهِلَيَّةٌ	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. Fathah + yā' mati	Ditulis	<i>ā</i>
تَسْسَى	Ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati	Ditulis	<i>ī</i>
كَرِيمٌ	Ditulis	<i>karīm</i>
4. Dammah + wāwu mati	Ditulis	<i>ū</i>
فُرُوضٌ	Ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. Fatḥah + yā' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بِينَكُمْ	Ditulis	<i>bainakum</i>
2. Fatḥah + wāwu mati	Ditulis	<i>au</i>
قُولْ	Ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a 'antum</i>
أَعْدَتْ	Ditulis	<i>u 'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la 'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal “al”

الْقُرْآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الْقِيَاس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah maka ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyyah tersebut

السَّمَاءُ	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذُو الْفُرُوشْ	Ditulis	<i>żawi al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنْنَةِ	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusun mampu menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul Pengaruh “Pengaruh Literasi Asuransi Syariah, Persepsi Kepercayaan, dan Kesadaran Terhadap Minat Membeli Produk Asuransi Syariah di Kalangan Generasi Milenial Muslim Kota Yogyakarta”. Sholawat serta salam semoga selalu terlimpah-curahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa perubahan menuju kemajuan bagi umatnya.

Penelitian skripsi ini merupakan syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana pada Program Studi manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini dapat diselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak, baik yang telah memberikan dukungan secara moril maupun materil, serta semangat, bimbingan, arahan, dan doa kepada penyusun. Untuk itu pada kesempatan ini penyusun menyampaikan banyak ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phill. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. H. Mukhammad Yazid Afandi, M.Ag. selaku Ketua Program Studi manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Anniza Citra Prajasari, SE.I., M.A. selaku Dosen Penasehat Akademik

5. Bapak Dr. H. Mukhamad Yazid Afandi, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan ilmu, motivasi, serta senantiasa sabar mengarahkan dan membimbing penyusun dalam proses menyelesaikan skripsi hingga akhir.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan berbagai pengalaman baik melalui pembelajaran mata kuliah maupun pelatihan kepada saya, utamanya dosen Program Studi manajemen Keuangan Syariah
7. Seluruh staf Tata Usaha yang telah membantu penyusun dalam urusan administrasi akademik perkuliahan sehingga dapat terorganisir dengan baik.
8. Kedua orang tua saya tercinta. Terima kasih atas doa, kasih sayang, dukungan batin, materi, dan bantuan tak ternilai lainnya yang telah bapak dan ibu berikan selama ini hingga penyusun dapat mencapai titik ini.
9. Untuk kakakku dan adikku tersayang yang selalu memberikan dukungan, motivasi 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.
10. Seluruh keluarga besar penyusun yang selalu memberi semangat serta doa agar saya selalu diberi kemudahan, kesehatan dan kelancaran dalam menyelesaikan perkuliahan.
11. Sahabatku Meilia Putri Alamanda yang sangat aku sayangi. Terimakasih selalu menjadi sahabat yang baik, selalu menjadi sandaran disaat lemah, terimakasih karena selalu baik dan selalu menyemangati penulis untuk terus

berjuang menyelesaikan perkuliahan. Semoga persahabatan kita akan terus baik selamanya.

12. Sahabat rumahku mba aziz, kana, dan ulfa yang sangat aku cintai. Terimakasih kalian yang selalu menemani selama bertahun-tahun. Terima kasih telah menjadi tempat berkeluh kesah, memberikan semangat disetiap langkah untuk sama-sama menempuh sarjana meskipun kita berjauhan merantau untuk meraih mimpi masing-masing. Tetapi kalian tetap akan jadi rumah untuk penulis.
13. Dita, Elsya, Dini selaku sahabat kost. Terimakasih selalu memberikan dukungan tanpa henti dan selalu belajar bersama untuk menjadi lebih baik.
14. Sahabat KKN Purwodadi 1 2 3. Terimakasih telah menjadi salah satu partner terbaik selama proses pengabdian, suka duka dan canda tawa kalian sangat indah untuk dikenang. Pertemuan kita memang belum cukup lama tapi support kalian sangat berarti.
15. Teman-teman MKS angkatan 2020. Terimakasih karena telah menjadi teman seperjuangan yang baik di bangku perkuliahan ini. Dan terima kasih atas kebersamaannya selama ini.
16. *Last but not least*, untuk diri saya sendiri, Alvynada Nurul Laily. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai dan bisa mengendalikan diri dari berbagai tekanan yang ada. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini kamu dapat menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin serta senantiasa menikmati setiap proses yang telah

dilalui. Terima kasih telah berhasil membuktikan kepada diri sendiri dan dunia bahwa perjuangan yang didasari oleh keinginan yang kuat serta dibarengi dengan usaha dan doa dapat mendapatkan hasil yang terbaik.

Terima kasih sudah bertahan. *You made it to the finish line, Nad!*

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan dengan cara sebaik-baiknya. Penyusun menyadari bahwa skripsi ini banyak kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat penyusun hargai. Sebagai penutup, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	vi
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
<i>ABSTRACT</i>	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Landasan Teori	12
B. Kajian Pustaka	30
C. Pengembangan Hipotesis.....	34
D. Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian	39
B. Populasi dan Sampel Penelitian	39
C. Metode Pengumpulan Data	41

D. Definisi Operasional Variabel.....	41
E. Metode Analisis Data	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
B. Analisis Deskriptif.....	48
C. Hasil Kualitas Data	52
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	55
E. Hasil Uji Hipotesis.....	58
F. Pembahasan hasil Penelitian	63
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Implikasi Penelitian	68
C. Keterbatasan.....	69
D. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	79



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Pengukuran skala likert.....	41
Tabel 3. 2 Definisi dan Indikator Variabel Independen	42
Tabel 3. 3 Definisi dan Indikator Variabel Dependen	43
Tabel 4. 1 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	49
Tabel 4. 2 Komposisi Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4. 3 Komposisi Responden Berdasarkan Domisili.....	50
Tabel 4. 4 Komposisi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4. 5 Komposisi Responden Berdasarkan Pendapatan	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4. 11 Hasil Uji Statistik Analisis Linier Berganda.....	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji T.....	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk Kota Yogyakarta menurut Kelompok Umur	3
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Aset & Kontribusi Asuransi di Indonesia	4
Gambar 2. 1 Skema Perilaku Terencana (<i>Theory of Planned Behavior</i>)	13
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 2 Data Jawaban Responden	85
Lampiran 3 Profil Responden	89
Lampiran 4 Hasil Olah Data	91



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi asuransi syariah, persepsi kepercayaan, dan kesadaran terhadap minat membeli produk asuransi syariah di kalangan generasi milenial muslim Kota Yogyakarta. Penelitian ini bersifat kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang sebelumnya telah ditetapkan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*, dengan total 121 responden. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS 29. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel literasi asuransi syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli produk asuransi syariah, persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli produk asuransi syariah, serta kesadaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli produk asuransi syariah.

Kata kunci: literasi asuransi syariah, kepercayaan, kesadaran, minat membeli



ABSTRACT

The study aims to test the influence of Sharia insurance literacy, perceived trust, and awareness on interest in purchase sharia insurance products among the Muslim millennial generation of Yogyakarta city. This research is quantitative and aims to test previously established hypotheses. Sampling technique using non-probability sampling, with a total of 121 respondents. Data in this study was obtained through a questionnaire. The data analysis methods used in this study are validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and hypothesis tests using IBM SPSS 29 software. The results of this study indicate that the Islamic insurance literacy variable has a positive and significant influence on interest in purchasing sharia insurance products, perceived trust has a positive and significant effect on interest in purchasing sharia insurance products, and awareness has a positive and significant effect on interest in purchasing sharia insurance products.

Keywords: sharia insurance literacy, trust, awareness, intention



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

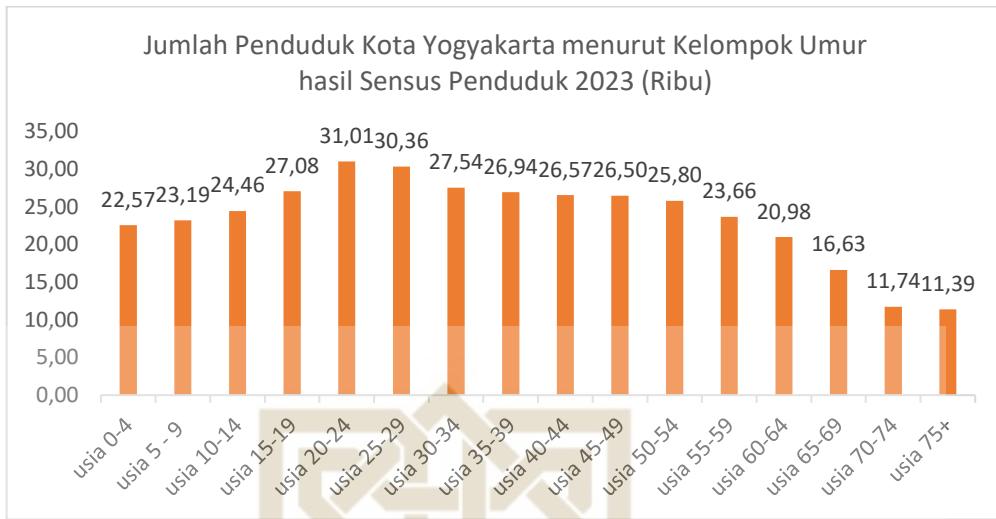
Kehidupan manusia akan selalu menghadapi kejadian tak terduga dan berbagai kemungkinan risiko atau bahaya seperti kehilangan, kerusakan, kematian dan sebagainya. Sebagai manusia tentunya harus berupaya untuk mengurangi risiko tersebut, manusia harus berusaha melakukan tindakan pencegahan dan perlindungan guna memperkecil risiko agar meminimalisir kerugian yang mungkin terjadi. Salah satu cara meminimalisir risiko tersebut adalah melalui membeli polis asuransi (Abdelfattah et al., 2015).

Saat ini Indonesia menjadi negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, atau hampir 13% dari populasi muslim di seluruh dunia (Hafizd, 2022). Di Indonesia sendiri jumlah masyarakat muslim setara dengan 86,7% dari total penduduk Indonesia (Annur, 2023). Mengingat bahwa mayoritas penduduk Indonesia adalah umat muslim, perkembangan industri keuangan syariah tentu memiliki potensi yang sangat besar. Perkembangan keuangan syariah ditandai dengan berdirinya Bank Muamalat pada tahun 1991, hal ini menjadi tonggak dalam memotivasi lahirnya lembaga keuangan syariah lainnya, baik perbankan maupun non perbankan (Safira et al., 2021). Selain itu Indonesia dengan mayoritas masyarakatnya muslim tentu juga menginginkan adanya aspek syariah dalam tatanan hidup bermasyarakat sehingga permintaan akan produk dan layanan berbasis syariah terus meningkat. Hal ini mengakibatkan perubahan fenomena perilaku atau gaya hidup seseorang untuk memenuhi

prinsip-prinsip syariah di hampir semua aspek kehidupan terutama dalam sektor keuangan (Dzukroni & Afandi, 2023). Menurut Dzukroni & Afandi, (2023) salah satu produk keuangan syariah yang memiliki peran penting dalam bidang sosial dan ekonomi masyarakat muslim adalah asuransi syariah.

Munculnya asuransi yang berbasis syariah di Indonesia ditandai dengan berdirinya PT Asuransi Takaful Keluarga pada tahun 1994 (Mutmainah et al., 2022). Dengan didirikannya lembaga asuransi yang berbasis syariah tersebut dapat menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat muslim yang ingin berasuransi untuk menghadapi risiko di masa yang akan datang sesuai dengan ketentuan prinsip-prinsip Islam (Khumaini et al., 2019). Hal ini sesuai dengan pengertian asuransi syariah menurut Nur. M & Srikartikowati, (2020) merupakan salah satu instrumen transaksi yang secara sistem operasionalnya disesuaikan dengan syariat Islam mulai dari akad, mekanisme pengelola dana, mekanisme operasional perusahaan, budaya perusahaan, pemasaran, produk dan sebagainya harus sesuai dengan syariah.

Pangsa pasar 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. Maka dari itu asuransi syariah merupakan solusi alternatif untuk menanggulangi risiko finansial yang mungkin terjadi di kemudian hari (Iswadi, 2015). Menurut Irfan et al. (2020) beberapa pangsa pasar yang menguntungkan meliputi masyarakat urban (perkotaan), kelas menengah, serta generasi milenial atau dikenal sebagai *the urban middle-class millennials*.

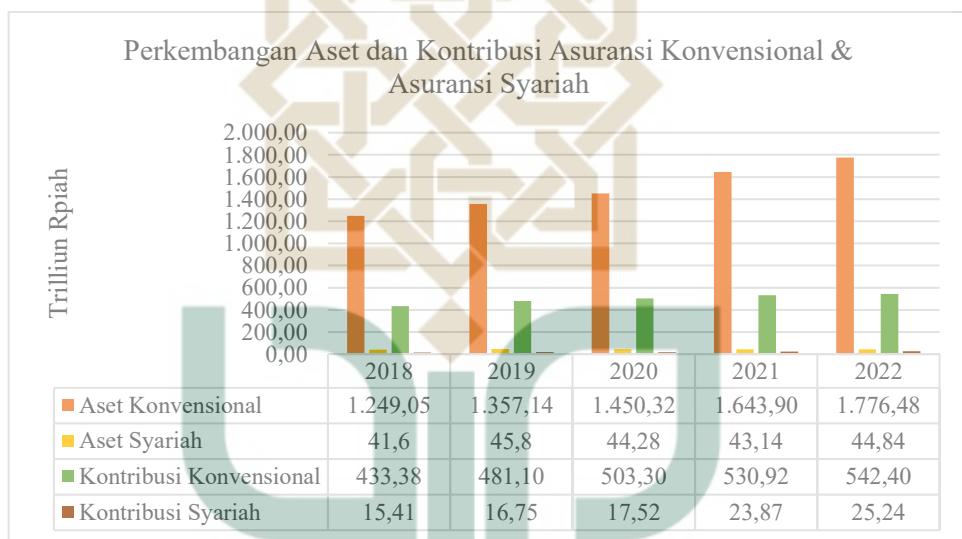


Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk Kota Yogyakarta menurut Kelompok Umur

Sumber: BPS, 2023

Karl Mannheim mengidentifikasi bahwa generasi milenial merupakan mereka yang lahir antara tahun 1980-2000 (Arif, 2021). Di Indonesia, generasi milenial pada tahun 2023 menjadi penduduk dominan kedua dengan persentase 25,80% dari jumlah total penduduk Indonesia (BPS, 2023). Terlihat dari gambar 1.1 diatas bahwa jumlah masyarakat yang saat ini berada pada usia 20-44 tahun menjadi penduduk yang paling banyak di Kota Yogyakarta. Generasi milenial cenderung berperilaku berbeda dari generasi sebelumnya. Dimana Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) menghadirkan fakta menarik bahwa menurut riset *Accenture* mengenai *Customer Segmentation* Indonesia, mayoritas milenial tidak ingin menjadi beban finansial bagi keluarga mereka apabila dirinya terkena dampak dari risiko dalam hidup. Mereka ingin tetap mandiri dalam pengelolaan risiko (KNEKS, 2020). Riset tersebut menunjukkan bahwa generasi milenial dipandang sebagai target pasar yang sangat potensial. Selain itu, melalui kondisi lembaga asuransi syariah saat ini,

generasi milenial dapat dijadikan peluang oleh lembaga asuransi syariah agar semakin berkembang lagi (Pramudya & Rahmi, 2022). Akan sangat menguntungkan apabila asuransi syariah dapat memenangkan pasar segmen ini karena generasi milenial saat ini memiliki potensi daya beli (Irfan et al., 2020). Dari penjelasan diatas seharusnya asuransi syariah di Indonesia memiliki pangsa pasar yang sangat besar. Akan tetapi, fakta ini kontradiktif. Hal ini terlihat dari perkembangan aset dan kontribusi asuransi syariah berikut ini.



Gambar 1.2 Pertumbuhan Aset & Kontribusi Asuransi di Indonesia

Sumber: Bps, 2023

Dari gambar 1.2 tersebut terlihat bahwa aset industri asuransi konvensional dan syariah terus mengalami pertumbuhan. Pertumbuhan juga terjadi pada kontribusi bruto dari tahun ke tahun, Meskipun mengalami pertumbuhan, hal yang menjadi perhatian khusus yaitu *gap* antara asuransi konvensional dan asuransi syariah. Jika dibandingkan dengan sistem konvensional, perkembangan asuransi syariah di Indonesia belum sepenuhnya menguasai pasar (Safira et al., 2021). Selain itu berdasarkan sebaran kontribusi

per provinsi pada tahun 2022, OJK mencatat bahwa pembayaran kontribusi masih didominasi oleh provinsi DKI Jakarta, yang menyumbang sebesar sebesar Rp15.976,25 miliar pada asuransi jiwa syariah dan Rp 2.045,94 miliar pada asuransi umum syariah, sementara provinsi DIY besarnya kontribusi tahun 2022 hanya sebesar Rp 69,50 miliar pada asuransi jiwa syariah dan Rp13,2 miliar pada asuransi umum syariah, sehingga menjadi provinsi dengan kontribusi terendah di pulau jawa setelah provinsi banten (OJK, 2022). Rendahnya *market share* kontribusi atau premi asuransi syariah mengindikasikan bahwa minat masyarakat terhadap asuransi syariah di Indonesia masih sangat rendah. Hal ini sebagian besar disebabkan oleh kurangnya perhatian terhadap pengembangan pasar asuransi syariah (Amron et al., 2018)

Menurut Rahmadion et al. (2021) pemahaman serta kesadaran merupakan jalan kunci menuju pertumbuhan asuransi syariah di Indonesia. Akan tetapi sebagian masyarakat Indonesia masih banyak yang belum memahami apa saja keuntungan maupun manfaat yang akan didapatkan dari asuransi syariah. Masud et al., (2021) juga mengatakan bahwa mayoritas orang Asia tidak mempunyai asuransi karena mereka belum sepenuhnya memahami manfaat dari memiliki asuransi, kurangnya kesadaran akan pentingnya asuransi jiwa, keragaman sosial dalam demografi penduduk, dan juga karena adanya kesalahpahaman di masyarakat mengenai produk asuransi. Hal tersebut sesuai survei yang dilaksanakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dimana ojk mencatat literasi keuangan konvensional pada tahun 2022 mencapai 49,68%

sedangkan literasi keuangan syariah hanya mencapai 9,14%. Adanya *gap* yang cukup tinggi ini menandakan bahwa masyarakat masih banyak yang belum memahami dari perspektif syariah. Pengetahuan masyarakat umum terhadap asuransi syariah hanya sebatas mengetahui tetapi belum pada tahap untuk mencari lebih jauh (Kurniawan et al., 2022). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sinambela et al. (2023) menemukan bahwa literasi keuangan mempengaruhi minat nasabah terhadap pembelian asuransi. Sejalan juga dengan Wahono & Leng, (2022) menemukan bahwa kemampuan dalam memahami keuangan sangat mempengaruhi kecenderungan seseorang untuk membeli asuransi jiwa. Individu yang memiliki pemahaman yang baik tentang literasi keuangan cenderung lebih aktif berpartisipasi dalam merencanakan dan mengelola kebutuhan hidup mereka, termasuk dalam mempertimbangkan penggunaan produk asuransi. Berbeda dengan temuan yang dilakukan oleh Nopriani (2023) dimana literasi keuangan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap minat pembelian.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat dalam menggunakan produk asuransi syariah adalah persepsi kepercayaan. Kepercayaan mengacu pada persepsi positif tentang keandalan dan ketergantungan individu terhadap suatu objek (Panigrahi et al., 2018). Kepercayaan menjadi pondasi yang penting dalam sebuah proses bisnis (Anwar & Adidarma, 2016). Jika masyarakat kurang mempercayai keberadaan penyedia layanan serta kegunaan dari asuransi syariah, maka konsekuensinya permintaan akan jumlah penyedia asuransi syariah juga rendah (Nur & Srikartikowati, 2020). Sehingga persepsi

kepercayaan sangat penting karena hal ini dapat mengurangi kekhawatiran terkait ketidakpastian (Falah, 2021). Sejalan dengan penelitian oleh Siahaan & Sitompul, (2021) dan Nopriani, (2023) menemukan bahwa keyakinan konsumen terhadap penyedia layanan yang dapat diandalkan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, serta komitmen untuk memberikan pelayanan terbaik, dapat meningkatkan minat konsumen. Namun, hasil studi yang berbeda dikemukakan oleh Hafidz Prasetyo (2022) dimana faktor kepercayaan tidak memiliki dampak terhadap minat pembelian.

Membangun kesadaran pada individu adalah komponen penting lainnya. Kesadaran dianggap sebagai kemampuan individu untuk mengetahui secara langsung, memahami, merasakan, dan menerima suatu produk atau jasa di lingkungannya (Kazaure, 2019). Berbeda dengan asuransi konvensional, asuransi syariah menggunakan prinsip-prinsip Islam dalam menjalankan kegiatannya. Di antara sifat-sifat asuransi konvensional yang dihindari oleh asuransi syariah adalah gharar dan bunga (Dzukroni & Afandi, 2023). Kazaure menyoroti bahwa kesadaran akan produk kepatuhan syariah sangat penting dalam kehidupan sehari-hari umat Islam. Menurut Fitrah Wiratama & Chollisni, (2023) kesadaran sangat diperlukan dalam pengambilan keputusan agar masyarakat kembali ke jalan yang seharusnya mereka lewati untuk mendapatkan kehidupan yang lebih bermakna yang sesuai dengan syariat agama. Berdasarkan hasil temuan oleh Aramiko et al., (2022) Ibrahim et al., (2021), Alzain & Alshebami, (2022) kesadaran mempengaruhi keinginan untuk berasuransi. Melihat pentingnya kesadaran, kiranya menjadi salah satu modal

yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk menggunakan produk asuransi syariah (Aramiko & Yanti, 2021). Namun, hasil studi yang berbeda dilakukan oleh Nur & Srikartikowati, (2020) dimana kesadaran tidak mempengaruhi minat atau keinginan untuk menggunakan produk asuransi syariah. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Mawardi, (2023) kesadaran lingkungan dalam konteks penelitiannya tidak menjadi faktor yang dominan dalam mempengaruhi minat beli.

Di Kota Yogyakarta berbagai jenis bencana alam seperti tanah longsor dan banjir di sekitar bantaran sungai, hingga angin topan sering terjadi secara bersamaan. Bencana tersebut biasanya terjadi saat musim hujan (Ramadhan, 2024). Masyarakat Kota Yogyakarta sangat memperhatikan mitigasi risiko terhadap dampak risiko yang dapat mengancam keselamatan dan harta benda (Mujiatun, 2017). Menjadikan tempat tersebut relevan digunakan untuk menjadi objek penelitian dalam meneliti minat masyarakat terhadap produk asuransi syariah. Penelitian ini berusaha menjawab perbedaan hasil empiris dari penelitian-penelitian sebelumnya. Selain itu, penelitian ini dilakukan dikalangan generasi milenial karena dari data diatas masyarakat Yogyakarta didominasi oleh milenial. Selain itu usia milenial saat ini berada pada usia yang matang dan aktif dalam dunia kerja dan tentunya sudah melek akan produk keuangan. Oleh sebab itu peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Literasi Asuransi Syariah, Persepsi Kepercayaan, Dan Kesadaran Terhadap Minat Membeli Produk Asuransi Syariah Di Kalangan Generasi Milenial Muslim Kota Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah literasi asuransi syariah berpengaruh terhadap minat membeli produk asuransi syariah di kalangan generasi milenial muslim Kota Yogyakarta pada tahun 2024?
2. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat membeli produk asuransi syariah di kalangan generasi millenial muslim Kota Yogyakarta pada tahun 2024?
3. Apakah kesadaran berpengaruh terhadap minat membeli produk asuransi syariah di kalangan generasi millenial muslim Kota Yogyakarta pada tahun 2024?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi asuransi syariah terhadap minat membeli produk asuransi syariah di kalangan generasi milenial muslim Kota Yogyakarta pada tahun 2024.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat membeli produk asuransi syariah di kalangan generasi milenial muslim Kota Yogyakarta pada tahun 2024.

3. Untuk menganalisis pengaruh kesadaran terhadap minat membeli produk asuransi syariah di kalangan generasi milenial muslim Kota Yogyakarta pada tahun 2024.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Manfaat teoritis

Hasil temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam bentuk keilmuan dan dapat memperkaya wawasan seputar pengaruh literasi asuransi syariah, persepsi kepercayaan, dan kesadaran terhadap minat membeli produk asuransi syariah di kalangan generasi milenial muslim Kota Yogyakarta. Temuan ini juga diharapkan dapat dijadikan sumber serta rujukan bagi penelitian selanjutnya dengan tema yang serupa.

2. Manfaat Praktisi

Melalui penelitian ini diharapkan memberikan informasi dan manfaat bagi perusahaan asuransi yang fokus memasarkan produk asuransi syariah khususnya tenaga pemasaran untuk dijadikan bahan masukan dan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan strategi dalam meningkatkan minat pada produk asuransi syariah.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penyusunan tugas akhir ini membahas dengan singkat terkait bab-bab dalam skripsi, sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Pada bab awal terdapat pemaparan yang nantinya akan menjadi pokok pembahasan diantaranya yaitu latar belakang penulisan, rumusan masalah serta tujuan dilakukannya penelitian, dan memuat manfaat yang diharapkan dari penelitian ini.

BAB II: Landasan Teori

Pada bab dua tentang penjelasan landasan teori yang akan dipergunakan pada penelitian, tinjauan pustaka, pengembangan hipotesis serta kerangka pemikiran.

BAB III: Metode Penelitian

Pada bab tiga memuat penjelasan metode penelitian yang nantinya dipergunakan untuk penyusunan skripsi. Metode penelitian ini dapat memberikan penjelasan terkait teknik dan jenis yang digunakan dalam pengumpulan data, populasi dan sampel yang diambil, definisi operasional setiap variabel serta teknik analisis data guna memberikan jawaban atas permasalahan yang terdapat pada penelitian.

BAB IV: Analisis Data dan Pembahasan

Pada bab empat memuat penjelasan hasil temuan yang berasal dari analisis data dengan memakai metode dan alat uji yang dipilih.

BAB V: Penutup

Pada bab ini meliputi kesimpulan hasil penelitian, saran serta masukan untuk peneliti selanjutnya di masa yang akan datang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan mengenai pengaruh literasi asuransi syariah, persepsi kepercayaan, dan kesadaran terhadap minat membeli produk asuransi syariah di kalangan generasi milenial muslim Kota Yogyakarta, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Literasi asuransi syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli produk asuransi syariah di kalangan generasi milenial muslim Kota Yogyakarta. Dengan kata lain individu yang memiliki pemahaman yang baik tentang perlindungan finansial terutama tentang konsep dan prinsip-prinsip asuransi syariah, mereka akan merasa lebih nyaman dan termotivasi untuk membeli produk tersebut untuk melindungi diri, keluarga, dan harta mereka dari risiko yang tidak terduga.
2. Persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli produk asuransi syariah di kalangan generasi milenial muslim Kota Yogyakarta. Ketika mereka merasa yakin akan kualitas, kejujuran serta handal dalam pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa asuransi syariah, mereka tidak akan merasa ragu ataupun khawatir sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.
3. Kesadaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli produk asuransi syariah di kalangan generasi milenial muslim Kota

Yogyakarta. Kesadaran akan produk asuransi syariah sebagai bentuk langkah dalam perlindungan untuk mengamankan masa depan mereka sesuai dengan prinsip-prinsip agama sehingga memotivasi mereka untuk membeli produk asuransi syariah.

B. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting yang dapat diambil bagi perusahaan maupun bidang akademik:

1. penelitian ini dapat memberikan panduan terutama bagi perusahaan asuransi syariah, pembuat kebijakan, dan akademisi untuk mengembangkan strategi pemasaran dan edukasi yang lebih efektif dalam menarik minat generasi milenial muslim terhadap produk asuransi syariah. Implementasi dari temuan penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan penetrasi asuransi syariah di Indonesia dan mendukung pertumbuhan industri keuangan syariah secara keseluruhan.
2. Untuk bidang akademik penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memperkaya literatur dan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli produk asuransi syariah di kalangan generasi milenial muslim. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk pengembangan teori dan model terkait literasi keuangan, kepercayaan, dan kesadaran konsumen dalam konteks asuransi syariah.

C. Keterbatasan

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, salah satunya terkait dengan penyebaran kuesioner yang memanfaatkan media online sehingga memungkinkan diperoleh data yang bias dan karakteristik demografi responden yang kurang representatif. Selanjutnya variabel-variabel pada penelitian ini juga terbatas hanya memperhitungkan tiga variabel independen. Selain itu objek penelitian ini berfokus hanya sebatas Kota Yogyakarta, padahal terdapat kota-kota lain yang dapat diteliti juga.

D. Saran

Berdasarkan kendala dan hasil temuan penelitian, peneliti memberikan saran khususnya kepada peneliti selanjutnya. Pada penelitian selanjutnya diharapkan tidak hanya terbatas pada tiga variabel saja namun juga menambahkan variabel lain diluar dari penelitian ini. Selain itu, peneliti juga menyarankan agar memperluas cangkupan sampel ke lebih banyak negara atau wilayah kota-kota besar lainnya di Indonesia, khususnya negara-negara atau wilayah muslim untuk mengeksplorasi perbedaan minat sehingga bisa memaksimalkan keakuratan yang diperoleh dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdelfattah, F. A., Rahman, M. S., & Osman, M. (2015). Assessing the antecedents of customer loyalty on healthcare insurance products: Service quality; perceived value embedded model. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 8(5), 1639–1660. <https://doi.org/10.3926/jiem.1494>
- Abubakar, H. R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian* (pertama). SUKA-Press.
- Afrianty, N. (2021). *TPB; Mendekripsi Intensi Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah*. Cv Brimedia Global.
- Ajzen, I. (2005). *The Influence of Attitudes on Behavior*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers. <https://www.researchgate.net/publication/264000974>
- Ajzen, I. (2012). Values, Attitudes, and Behavior. In S. Salzborn, E. Davidov, & J. Reinecke (Eds.), *Methods, Theories, and Empirical Applications in the Social Sciences* (pp. 33–38). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18898-0_5
- Al Arif, N. R. (2015). *Pemasaran Strategik Pada Asuransi Syariah*. Gramata Publising.
- Ali, H. (2004). *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam* (pertama). Prenada Media.
- Alzain, E., & Alshebami, A. S. (2022). The role of awareness in predicting the intention of microfinance entrepreneurs to buy microinsurance services in Yemen. *Innovative Marketing*, 18(2), 99–108. [https://doi.org/10.21511/im.18\(2\).2022.09](https://doi.org/10.21511/im.18(2).2022.09)
- Amrin, A. (2011). *Meraih Berkah Melalui Asuransi Syariah Ditinjau dari Perbandingan dengan Asuransi Konvensional* (pertama). PT Alex Media Komputindo.
- Annur, C. M. (2023). *10 Negara dengan Populasi Muslim terbanyak Dunia 2023, Indonesia Memimpin*. Databoka.
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2).
- Aprileny, I., Harjuniarti, A., Apri Emarawati, J., Indonesia Jakarta, S., & Yai, U. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Web Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menabung Produk Digital Saving BRI Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada nasabah BRI Cabang Jatinegara). *Jurnal Ikraith Ekonomika*, 7(2). <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2>
- Aramiko, S., Nawawi, Z. M., & Yanti, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan dan Kesadaran Mahasiswa Prodi Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Terhadap Minat Membeli

- Produk Asuransi Kecelakaan Diri Syariah. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 03(5).
- Aramiko, S., & Yanti, N. (2021). Pengaruh Pengetahuan dan Kesadaran Asuransi Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Beli Asuransi Kecelakaan Diri Syariah. *International Journal of Trend in Accounting Research*, 02(2).
- Areeba Khan, Hafiz Abdur Rashid, Rana Muhammad Shahid Yaqub, & Saba Abbas. (2020). Determinants of Customer Perception about adoption of Islamic Insurance (Takaful) in Pakistan. *Journal of Business and Social Review in Emerging Economies*, 6(4), 1505–1516. <https://doi.org/10.26710/jbsee.v6i4.1485>
- Arif, H., Dikawati, D., & Azikin, N. (2023). Minat Investasi Syariah Generasi Z: TPB, Perilaku Keuangan, dan Religiusitas. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1). <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i1.6996>
- Arif, M. (2021). *Generasi Millenial Dalam Internalisasi Karakter Nusantara*. IAIN Kediri Press.
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>
- Aziz, S., Md Husin, M., Hussin, N., & Afaq, Z. (2019). Factors that influence individuals' intentions to purchase family takaful mediating role of perceived trust. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(1), 81–104. <https://doi.org/10.1108/APJML-12-2017-0311>
- Buchori, A., & Wijaya, R. W. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Produk Asuransi di Kalangan Mahasiswa. *Ecosains: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembangunan*, 11(2). <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/ekosains>
- Darmawan, D., & Arifin, S. (2020). Studi Empiris tentang Kontribusi Harga, Varian Produk, dan Kemasan terhadap Pembentukan Minat Beli Produk Sabun Mandi Batang (Studi Kasus terhadap Pekerja Rantau di Kota Surabaya). *Bisman: The Journal of Business and Management*, 3(2).
- Deliyana, R., Permatasari, B., & Sukmasari, D. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Mobile Banking BCA. *Journal of Economic and Business Research*, 2(2).
- Dewi, C. S. (2023). The Effect of Insurance Literation, Perceived Product Benefits, Trust in Insurance & Perceived Product Risk on Decision to Purchase Personal

- Insurance. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 3(6), 1215–1224. <https://doi.org/10.55927/mudima.v3i6.3012>
- Dzukroni, A. A., & Afandi, M. Y. (2023). Optimizing Sharia Insurance in Building Halal Value Chain. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 6(2), 145. <https://doi.org/10.21043/malia.v6i2.16593>
- Falah, M. N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Kembali Shopeepay di Kota Malang saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 09(1).
- Fauzi, R. N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Santri Di Kabupaten Sleman Yogyakarta). *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 9(1).
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. MA: Addison-Wesley.
- Fitrah Wiratama, A., & Chollisni, A. (2023). Analisa Pengaruh Literasi Kesadaran dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah. *ISLAMINOMICS Journal of Islamic Economics*, 13(1).
- Ghozali, I. (2005a). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2005b). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafidz Prasetyo, M. (2022). Influence of Product Quality, Price and Trust on Interest To Buy Fashion Products Online. *Nusantara Hasana Journal*, 1(11), Page.
- Hafizd, J. Z. (2022). The Importance of Religious Moderation-Based Islamic Economic Education to the Community for the Realization of Economic Justice in Indonesia. *Jurnal Studi Sosial Keagamaan*, 2(1).
- Handriana, T., Yulianti, P., Kurniawati, M., Arina, N. A., Aisyah, R. A., Ayu Aryani, M. G., & Wandira, R. K. (2020). Purchase behavior of millennial female generation on Halal cosmetic products. *Journal of Islamic Marketing*, 12(7), 1295–1315. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0235>
- Harahap, R. S. P., & Devi, S. (2021). Pengaruh strategi promosi asuransi syariah terhadap nasabah asuransi jiwa axa pada bank syariah mandiri. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 58–65.

- Hardi, & Mildawati, T. (2022). The Mediation Role Of Trust And Awareness In Influencing Subjective Norms On Intention In Using Sharia Financing. *International Conference on Business & Social Sciences*, 1363–1372.
- Hardika, Asiyah, E. N., & Gunawan, I. (2018). *Transformasi Belajar Generasi Milenial*. UM Penerbit & Percetakan.
- Hasan, N. I. (2014). *Pengantar Asuransi Syariah* (pertama). Gaung Persada Press Group.
- Ibrahim, M. A., Mat Nor, A., & Rizal Iskandar Raja Hisham, R. (2021). Contractor Intention on Contractors' All Risk Takaful Product in Malaysian Construction Industry. *Journal of Accounting Research*, 4(1), 76–91. [www/http/jurnal.unsyiah.ac.id/JAROE](http://jurnal.unsyiah.ac.id/JAROE)
- Irfan, R. J., Fathony Ashal, F., & Aulia, R. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah. *Global Journal of Islamic Banking and Finance: JIHBIZ*, 2(1).
- Ismail, M. K., Muhamad, M. Z. bin, Che Aziz, A. D., & Mohd Rose, N. A. (2023). Factors That Influencing The Takaful Purchase Intention of Customers. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(4). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i4/16807>
- Iswadi, M. (2015). Asuransi Islami Dan Pembangunan Ekonomi Umat. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam: Al-Tijary*, 1(1).
- Jelita, N. S. (2020). Pengaruh Religiusitas Dan Kesadaran Konsumen Terhadap Niat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Asuransi Syariah di Surabaya dan Sidoarjo. *Perbanas*.
- Kalis, M. C. I., Hendri, M. I., & Tamrin, B. (2023). Peran Literasi Keuangan Pada Pedagang Di Daerah Perbatasan Indonesia - Malaysia : Sebuah Pendekatan Theory Of Planned Behavior. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(1), 91–98. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v5i1.573>
- Kazaure, M. A. (2019). Extending the theory of planned behavior to explain the role of awareness in accepting Islamic health insurance (takaful) by microenterprises in northwestern Nigeria. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 10(4), 607–620. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2017-0113>
- Kependudukan Jogja Prov. (2024, March). *Statistik Penduduk DIY*. Biro Tata Pemerintahan Setda DIY.
- Kerlinger, F. N. (1992). *Asas-asas Penelitian Behavioral*. Gajah Mada University Press.

- Khairunnisa, A. (2020). The Effect Of Promotion, Profit Sharing Understanding, Trustworthy On The Student Interest To Savings In Islamic Banking. *Profta: Kajian Ilmu Akuntansi*, 8(6).
- Khumaini, S., Muh, D., & Husein, T. (2019). Persepsi dan Minat Masyarakat Terhadap Asuransi Syariah di Kabupaten Tangerang. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 9(2), 86–93.
- Kneks. (2020). *Optimisme Asuransi Syariah Capai Pertumbuhan Produktif 2020*. www.kneks.go.id
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (2016th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, A. R., Nur, I., Shoumi, H., & Roziqin, M. K. (2022). Faktor Masyarakat Lebih Memilih Asuransi Konvensional Daripada Asuransi Syari'ah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 16–34.
- Lestari, F. D., Ibrahim, M., Ghufron, S., & Mariati, P. (2021). Pengaruh Budaya Literasi terhadap Hasil Belajar IPA di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(6), 5087–5099. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i6.1436>
- Lukman, H., & Winata, S. (2017). Pemilihan Karir Sebagai Akuntan Publik Bagi Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behaviour. *Jurnal Akuntansi*, 21(2), 208. <https://doi.org/10.24912/ja.v21i2.195>
- Luo, C., Chen, Q., Zhang, Y., & Xu, Y. (2021). The Effects of Trust on Policyholders' Purchase Intentions in an Online Insurance Platform. *Emerging Markets Finance and Trade*, 57(15), 4167–4184. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2019.1695122>
- M. Nur, D. D., & Srikartikowati. (2020). Pengaruh Kesadaran, Norma Subjektif dan Kepercayaan Terhadap Intensi Menggunakan Produk Asuransi Syariah dengan Pengetahuan sebagai Variabel Moderasi di Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(1).
- Mamun, A. Al, Rahman, M. K., Munikrishnan, U. T., & Permarupan, P. Y. (2021). Predicting the Intention and Purchase of Health Insurance Among Malaysian Working Adults. *SAGE Open*, 11(4). <https://doi.org/10.1177/21582440211061373>
- Masud, M. M., Ahsan, M. R., Ismail, N. A., & Rana, M. S. (2021). The underlying drivers of household purchase behavior of life insurance. *Society and Business Review*, 16(3), 442–458. <https://doi.org/10.1108/SBR-08-2020-0103>
- Mawardi. (2023). Pengaruh Kesadaran Lingkungan Terhadap Minat Beli Generasi Milineal. In *Journal of Business Administration (JBA)* (Vol. 3, Issue 1).

- Mirza, A. D., Jasak, F., Susanti, & Rosida, M. (2019). *Milenial Cerdas Financial* (pertama). CV Jejak.
- mujiatun. (2017). Mitigasi Bencana di Kota Yogyakarta Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Student Uny*, 2(2).
- Mutmainah, Sukmaladiga, C., & Nugroho, L. (2022). Development of Islamic Insurance in Southeast Asia (Malaysia, Brunei Darussalam, and Indonesia): The Progress Perspective. *Sosyoekonomi*, 30(52), 243–255. <https://doi.org/10.17233/sosyoekonomi.2022.02.13>
- Nopriani, S. (2023). Pembangunan Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Terhadap Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Masyarakat Phnom Penh Kamboja). *Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan*, 9(3).
- Nopriansyah, W. (2016). *Asuransi Syariah Berkah Terakhir yang Tak Terduga*. Penerbit Andi.
- Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Maps: Manajemen Perbankan Syariah*, 3(2).
- Nursea, D., & Islamuddin, I. (2022). Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Pembelian secara Online pada Konsumen di Kota Bengkulu. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 18–30. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.623>
- Nursiana, A., Budhijono, F., & Fuad, M. (2021). Critical Factors Affecting Customers' Purchase Intention of Insurance Policies in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 123–133. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.0123>
- Ojk. (2022). *Buku Statistik IKNB Syariah*. www.ojk.go.id.
- Panigrahi, S. K., Azizan, N. A., & Khan, M. W. A. (2018). Investigating the empirical relationship between service quality, trust, satisfaction, and intention of customers purchasing life insurance products. *Indian Journal of Marketing*, 48(1), 28–46. <https://doi.org/10.17010/ijom/2018/v48/i1/120734>
- Perdana, M. R. A. (2023). Peran Pengetahuan Manfaat Asuransi, Religiusitas Eksternal dan Internal Terhadap Minat Berasuransi Syariah Dengan Kesadaran Berasuransi Sebagai Variabel Mediasi. *Edunomika*, 7(2).
- Poan, R., Merizka, V. E., & Komalasari, F. (2022). The importance of trust factor in the intentions to purchase Islamic insurance (takaful) in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 13(12), 2630–2648. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2021-0026>

- Pramudya, R. M., & Rahmi, M. (2022). Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 70. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4350>
- Pratiwi, A., & Rahman, Z. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Generasi Milenial Dalam Membeli Produk Asuransi Syariah. *Transformasi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 7(2).
- Putera, H., & Wahyuari. (2022). Pengaruh Pemahaman Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Mikro Di Kelurahan Cakung Timur Jakarta Timur. *Premium Insurance Business Journal*, 9(2).
- Putri, V. D. A. (2019). Studi Empiris Theory Of Planned Behavior Terhadap Intensi Mahasiswa Menjadi Akuntan. *BAJ (Behavioral Accounting Journal*, 2(1).
- Qoyum, A., Berakon, I., & Al-Hashfi, R. R. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam*. PT Raja Grafindo Persada.
- Rahmadion, M., Yetty, F., & Fathoni, M. A. (2021). Pengaruh Literasi Asuransi Syariah Terhadap Persepsi Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Syariah Di Jabodetabek. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 02(1).
- Ramadhan, A. (2024). *Waspada Bencana Hidrometeorologi, Ini Kawasan Rawan Banjir dan Longsor di Kota Yogyakarta*.
- Ramadhani, H. M., Rahmi, M., & Fathoni, M. A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank. *Prosiding Biema*, 2, 689–704.
- Rosyidah, U. (2020). Kontribusi Motif dan Keyakinan Nasabah pada Pemantapan Minat Berasuransi Syariah di Lombok. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam: Iqtishaduna*, 11(2).
- Safira, M. H., Ginga Nasrullah, M., Aulia, Y. F., Studi, P., & Islam, E. (2021). Potensi Perkembangan Asuransi Syariah Di Indonesia. *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business: DJIEB*, 1(3). <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/djieb/index>
- Sari, E. Y. R., & Martha, L. (2023). Pengaruh Brand Awareness, Keunggulan Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 71–79.
- Sekaran, U., & Bougi, R. (2016). *Research methods for Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). New Jersey: Wiley. www.wileypluslearningspace.com

- Shaleh, A. R., & Wahab, M. A. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perpektif Islam*. Kencana.
- Siahaan, S. D. N., & Sitompul, H. P. (2021). Analisis Pengaruh Orientasi Belanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 3(1).
- Sinambela, K. A., Nurhayati, & Syafri Mandai. (2023). Seberapa Jauh Literasi Nasabah Terkait Asuransi Syariah Dan Juga Minatnya Terhadap Asuransi Syariah. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 821–830. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15413>
- Sinulingga, C. P., Soemitra, A., & Aslami, N. (2023). Analysis of the literacy level of health workers regarding Islamic life insurance at the Ofa Padang Mahondang Community Health Center. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 9(1), 115–130. <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol9.iss1.art7>
- Soemitra, A. (2016). *Asuransi Syariah*. Wal Ashri Publishing.
- Soualhi, Y., & Shammari, A. A. R. Al. (2015). Indicators of Takaful Awareness among Kuwaitis. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(2). <https://doi.org/10.15640/jibf.v3n2a9>
- Steven, J., & Ramli, A. H. (2023). E-Service Quality, E-Wallet Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Pembayaran Non Tunai Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1997>
- Sudaryana, B., & Agusiyadi, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Sula, M. syakir. (2004). *Asuransi Syariah (Life & General)*. Gemanis Insani Press.
- Suma, A. M., & Amin, L. Q. (2020). *Asuransi Syariah di Indonesia: Telaah Teologis, Historis, Sosiologis, Yuridis, dan Futurologis* (pertama). Amzah.
- Surbakti, R. B., & Evyanto, W. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli pada Situs Belanja Online Shopee di Batam. *Jurnal Bina Manajemen*, 11(2).
- Suseno, P. (2014). *Manajemen Risiko dan Asuransi Syariah* (pertama). Universitas Terbuka.
- Urnika, A., & Khasanah, I. (2023). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan e-service quality terhadap Keputusan Pembelian di Lazada dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 12(1). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

- Wahono, C., & Leng, P. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Risk Attitude Terhadap Kepemilikan Asuransi Jiwa. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(1), 17–35. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i1.5471.17-35>
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Seribu Bintang. www.fb.com/cv.seribu.bintang
- Wong, D. (2017). Pengaruh Ability, Benevolence dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce : Studi Kasus Pada Pelanggan E-Commerce di Ubm. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 155–168. www.internetworkstars.com/stat3.htm
- Yani, Z., Kumalasari, F., & Wonua, A. R. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus Konsumen Wardah Kolaka). *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(6).
- Yosefine, C., & Budiono, H. (2023). *Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Innisfree Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tarumanagara*. 05(02), 277–286.
- Yulianti, T., Komala Sari, I., Sudrajat, A., Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa, F., & Ronggopaluyo Karawang, J. H. (2020). Pengaruh Event dan Kesadaran Masyarakat Karawang Terhadap Minat Donor Darah di PMI Kabupaten Karawang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(1), 48–54. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>
- Zuhdi, D. A., Yasya, W., & Dwinarko. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Pengalaman Pembelian Online terhadap Minat Beli di E-Commerce Shopee. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(3). <https://doi.org/10.30596/ji.v7i2.14761>