

## **Pengaruh Kesadaran dan Kepercayaan terhadap Intensi Penggunaan Produk Asuransi Syariah dengan Pengetahuan sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Di Jln. Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur)**

**Ongku Indramora Siregar<sup>1</sup> Fauzi Arif Lubis<sup>2</sup> Nursantri Yanti<sup>3</sup>**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**

### **Abstrak**

Intensi penggunaan produk asuransi syariah masih sangat kurang dibandingkan dengan asuransi konvensional, oleh karena itu perlu diketahui hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan produk asuransi syariah dengan pengetahuan sebagai variabel moderating. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat di Jl Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur yang berjumlah 100 sampel. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Data tersebut diolah dengan menggunakan *software* SPSS 23.0. Analisis yang digunakan, Uji validitas dan reabilitas, Uji asumsi klasik, dan Uji Hipotesis. Dengan teknis analisis regresi berganda, Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah. Namun pengetahuan tidak berpengaruh terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah. Dari hasil uji t membuktikan bahwa secara parsial kesadaran, kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah dengan nilai Fhitung lebih besar dari F tabel. Pengetahuan memoderasi kesadaran dan kepercayaan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah, sehingga dapat dikatakan bahwa keberadaan variabel pengetahuan (sebagai variabel moderating) akan dapat memperkuat atau meningkatkan pengaruh variabel kesadaran dan kepercayaan terhadap variabel intensi penggunaan produk asuransi syariah.

**Kata kunci : Intensi, Kesadaran, Kepercayaan Dan Pengetahuan**

### **A. Latar Belakang**

Salah satu alat transaksional yang operasionalnya telah disesuaikan dengan syariat Islam adalah asuransi syariah. Syariah harus diikuti dalam semua urusan bisnis, termasuk kontrak, prosedur pengelolaan keuangan, prosedur operasional perusahaan, budaya perusahaan (syariah corporate culture), pemasaran, dan pengembangan produk. Dua segmen utama membentuk pasar keuangan Islam. Yang pertama adalah kelompok konsumen yang emosional, yang sangat memperhatikan prinsip halal dan haram, serta kurang peka terhadap harga/biaya dan kualitas pelayanan. Tipe kedua adalah konsumen logis yang sensitif terhadap harga/biaya, variasi produk, reputasi perusahaan dan tentunya kualitas layanan. Meskipun pada dasarnya mereka memahami bahwa produk keuangan konvensional bertentangan dengan cita-cita agama yang mereka pegang teguh, konsumen yang rasional cukup pragmatis dan siap beralih ke produk tersebut. (Arizal, N. dan A. Suci, 2016)

Sektor perbankan syariah Indonesia belum tumbuh secepat ekonomi syariah negara lain (Tahiyati, Azka, 2021). Jika dibandingkan dengan jumlah perusahaan keuangan konvensional yang memiliki unit syariah, perusahaan asuransi gadai murni/gadai penuh yang bukan merupakan unit syariah dari perusahaan keuangan konvensional

tumbuh relatif lambat. Padahal kehalalan uang yang digunakan oleh perusahaan asuransi syariah yang terkait dengan bisnis mainstream banyak dipertanyakan. Indonesia memiliki banyak sekali penyedia asuransi yang diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang merinci fitur dan keunggulan asuransi syariah. Berikut adalah daftar penyedia asuransi syariah terbaik di Indonesia dari sekian banyak penyedia asuransi.

**Tabel 1.1**  
**Produk Asuransi Syariah Tahun 2022**

<b>ASURANSI</b>	<b>PRODUK ASURANSI</b>
Asuransi Syariah Keluarga Indonesia (ASYKI)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asuransi jiwa</li> <li>- Asuransi Kesehatan</li> <li>- Asuransi mikro</li> <li>- Asuransi jiwa kredit (Muawanaah Pembiayaan)</li> </ul>
Takaful Keluarga	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Takaful Perorangan (asuransi jiwa, asuransi pendidikan, asuransi perjalanan rumah, dll)</li> <li>- Grup Takaful Al Khairat, Fulmedicare Gold, dan Takaful Ziarah adalah contoh takaful korporat.</li> <li>- Bank Assurance Takaful</li> <li>- Asuransi Haji</li> </ul>
PRU Syariah dari Prudential	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asuransi pendidikan (PRUlink Syariah Edu Protection)</li> <li>- Asuransi Jiwa (PRUtotal&amp;Permanent Disablement Syariah, PRUpersonal Accident Death&amp;Disablement Syariah, dan PRU personal ACCident&amp;Disablement Plus Syariah)</li> <li>- Asuransi Penyakit Kritis (PRUjuvenile Crisis Cover Syariah, PRUcrisis Cover Benefit Plus Syariah 61, dan PRUearly Stage Crisis Cover Plus Syariah)</li> <li>- Asuransi Kesehatan (PRUmed Cover Syariah, PRUhospital&amp;surgical Cover Plus Syariah, PRUprime Healthcare Syariah, dan PRUcritical Hospital Cover Syariah.)</li> </ul>
Allianz Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Allianz Tasbih</li> <li>- AlliSya Protection Plus</li> <li>- AlliSya Maxi Fund Plus</li> </ul>
Sinar Mas Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asuransi Jiwa</li> <li>- Asuransi Kesehatan</li> <li>- Asuransi Protek Umum (Asuransi Kebakaran, Asuransi Kendaraan Beroda 2 atau 4, Asuransi Uang (Cash in Safe &amp; Cash in Transit),</li> </ul>

	Asuransi Pengangkutan, Asuransi Rangka Kapal, Asuransi Alat Berat, Asuransi Engineering, dan Asuransi Kecelakaan Diri.
Astra Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asurasni Grosir</li> <li>- Asuransi komersial (termasuk asuransi untuk kebakaran dan properti, pengangkutan, rangka kapal, mobil, alat berat, dan produk lainnya) (asuransi pertanggungjawaban, asuransi tanaman, asuransi tunai, dan asuransi teknik).</li> <li>- Asuransi kesehatan, baik rawat inap maupun rawat jalan tergantung diagnosa dari dokter.</li> </ul>
Adira Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asuransi Kesehatan Sesuai Syariah (Kecelakaan, Pemakaman dan Rawat Inap)</li> <li>- Asuransi Kartu Salam Syariah (Risiko Kecelakaan yang mengakibatkan cacat tetap) perawatan pasca kecelakaan</li> </ul>
ACA Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Labbaik (Beribadah uUmroh atau haji di Tanah Suci</li> <li>- PA Amanah Syariah (Kecelakaan hingga meninggal dunia</li> </ul>
AXA Mandiri Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perlindungan Jiwa (suransi Mandiri Elite Plan Syariah, Asuransi Mandiri Perlindungan Sejahtera Syariah, Asuransi Mandiri Sejahtera Mapan Syariah, dan Asuransi Mandiri Rencana Sejahtera Syariah Plus.</li> <li>- Penyakit Kritis (Asuransi Mandiri Perlindungan Syariah.</li> </ul>
Manulife Berkah Savelink	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berkah HealthSafe, Berkah Crisis Cover Protection, Berkah Waiver of Basic Contribution, Berkah Payor Benefit Plus, Berkah Income Replacement, Berkah Accidental Death and Disability Benefit, dan Berkah Yearly Renewable Term.</li> </ul>

Sumber: Lifepal. Asuransi Syariah Di Indonesia Tahun 2022

Baik individu maupun komunitas bisnis di Indonesia semakin sadar akan kebutuhan akan jasa asuransi. Dalam mengelola keuangan rumah tangga, asuransi dapat digunakan untuk mengatasi risiko seperti kematian dan kehilangan harta benda (Sri Rezeki Hartono, 2004). Serupa dengan hal tersebut, terdapat berbagai bahaya yang dapat membahayakan nyawa atau kesehatan tertanggung jika menyangkut keselamatan nyawanya dalam aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, diperlukan suatu sistem bantuan dan perlindungan untuk dapat menangani risiko yang lebih besar, namun tetap harus diatur oleh hukum Islam, yang merupakan gagasan di balik asuransi syariah. Sebagai

asuransi yang dibangun atas dasar pemikiran berbagi keselamatan, kebaikan, dan ketakwaan, sehingga membentuk keluarga besar di antara seluruh peserta.

Asuransi syariah menguntungkan perekonomian Indonesia, terutama bagi mereka yang ingin berbisnis secara legal dan jauh dari praktik-praktik seperti riba, qimar, dan qharar yang biasanya merugikan satu pihak. Dengan manfaat metode mudharabahnya, peluncuran PT. Asuransi Takaful Keluarga di Indonesia tentunya akan meningkatkan kesadaran berasuransi di kalangan penduduk Muslim Indonesia, yang sebelumnya mempertanyakan kredensial halal perusahaan tersebut. Sehingga akan memberikan efek yang menguntungkan bagi penurunan laju inflasi ekonomi di samping mengembangkan sumber daya keuangan dalam negeri.

Kurangnya sumber daya manusia yang sesuai dan kesadaran masyarakat akan nilai asuransi bagi kehidupan masyarakat adalah dua masalah yang kini dihadapi oleh bisnis asuransi tanah air. Ketidakpuasan pelanggan adalah hasil dari keterbatasan sumber daya manusia. Sulit untuk mencapai tujuan tanpa departemen agensi, meskipun kemajuan ekonomi dan teknologi semakin canggih, tanpa departemen agensi sulit untuk mencapai tujuan. Untuk menghindari kekecewaan, salah satu faktor yang mempengaruhi perusahaan jasa dan konsumen adalah pelayanan yang diberikan oleh agen sebagai bagian dari departemen SDM yang menawarkan produk secara langsung kepada masyarakat dan konsumen. Tidak dapat dipungkiri bahwa industri asuransi di Indonesia akan tumbuh sebagai akibat dari meningkatnya jumlah umat Islam yang menginginkan asuransi.

Agen asuransi harus benar-benar memahami perannya dalam pertumbuhan industri asuransi, termasuk kedudukan, tugas, dan tanggung jawabnya. Seorang agen yang dapat menciptakan prospek pertumbuhan bisnis asuransi syariah di organisasinya harus agresif. Tentunya, menciptakan bisnis asuransi syariah bukanlah tugas yang mudah bagi para agen. Oleh karena itu, perlu adanya pembinaan yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan asuransi syariah dengan mengembangkan pengetahuan dan mental sekaligus mengembangkan jaringannya.

Pengaruh kelompok sosial ditengarai memiliki peran krusial dalam perkembangan pengetahuan, kesadaran, dan karsa masyarakat dalam konteks asuransi syariah. Pendakwah atau ulama adalah orang yang paling dipercaya oleh masyarakat Indonesia untuk mengetahui barang-barang syariah. Studi 2014 oleh P.E. Yandono, U. Burhan, M. Khusaini, dan K. Ashar Karena masih sedikit individu atau konsultan yang memiliki pengetahuan tentang keuangan Islam, kelompok referensi yang diwakili oleh para pemuka agama seringkali tidak banyak berdampak pada niat karena mereka sendiri tidak sehat. berpengalaman dalam asuransi syariah. (2013) Hafidz, AM.M., Sya'roni, dan Marlina. Pemuka agama di komunitas muslim jarang menjelaskan produk asuransi syariah kepada masyarakat karena mereka sendiri jarang memiliki pemahaman yang mendalam tentangnya. Husein dan Rahman menjelaskan bahwa sumber dari mulut ke mulut bisa berasal dari anggota keluarga, teman, atau tokoh sosial dan agama yang berkuasa di masyarakat, sehingga sumber pengaruh sosial ini tidak hanya terbatas pada tokoh.

Orang yang memahami suatu produk asuransi pasti memiliki pemahaman umum tentang asuransi. Daya beli masyarakat dan kesadaran asuransi seringkali berkorelasi. Orang-orang dengan persepsi positif tentang keuntungan asuransi akan sering menggunakannya sebagai alat untuk mengurangi risiko keuangan mereka di masa depan, berlawanan dengan mereka yang memiliki persepsi negatif yang mungkin berkonsentrasi pada masalah asuransi, seperti biayanya. Bisa jadi karena pengalaman yang tidak menyenangkan ketika mereka mengajukan klaim asuransi, yang mana pengalaman tersebut timbul dari kesalahpahaman tertanggung sendiri akibat keterbatasan pengetahuannya tentang hak dan kewajibannya sebagai tertanggung, atau bisa juga karena agen dan pihak asuransi. pelaku usaha yang tidak memberikan informasi secara lengkap sehingga merugikan peserta asuransi dan akibatnya mengurangi kepentingan umum.

Masyarakat Indonesia masih banyak yang belum mengetahui manfaat asuransi syariah, baik asuransi jiwa maupun asuransi umum. Agar sebagian masyarakat Indonesia memahami nilai memiliki asuransi bagi diri sendiri, keluarga, dan masyarakat sebagai perencanaan keuangan untuk menjamin masa depan yang sesuai dengan syariat Islam yang membolehkan kegiatan muamalah, maka perlu terus ditumbuhkan kesadaran masyarakat tentang asuransi. .

Namun tidak dapat dipungkiri bahwa tingkat kesadaran masyarakat tentang asuransi di Indonesia sangat rendah. Kondisi ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti: "faktor usia, jenis kelamin, pendidikan (Hafidz, AM.M., S. Sya'roni dan Marlina, 2013), keterbatasan kemampuan ekonomi (pendapatan yang diterima masyarakat), infrastruktur asuransi, citra perusahaan asuransi, dan yang lebih mendasar lagi, rendahnya kesadaran akan

pentingnya p." Tingkat pengetahuan mereka tentang produk asuransi syariah mempengaruhi kecenderungan mereka untuk menggunakannya. Yogi Respati, 2022

Faktor kepercayaan merupakan unsur lain yang mempengaruhi niat konsumen untuk membeli produk asuransi syariah. Salah satu elemen kunci yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk asuransi syariah adalah kepercayaan. Elemen utama yang paling membentuk keputusan nasabah, bahkan dalam konteks produk tabungan haji, adalah faktor kepercayaan. Akibatnya, permintaan jumlah penyelenggara asuransi syariah akan sedikit jika masyarakat umum tidak percaya dengan keberadaan dan kegunaan asuransi syariah. Faktanya masih sedikit bisnis yang siap meluncurkan usaha di lingkungan di mana minat dan kepercayaan konsumen masih rendah. Yogi Respati, 2022

Berdasarkan temuan 15 wawancara dengan warga kelurahan Medan Timur yang mayoritas beragama Islam yang dilakukan peneliti pada bulan Mei 2022, hanya 2 orang yang telah bergabung/menjadi nasabah asuransi, dan mereka merupakan nasabah asuransi konvensional, sedangkan sebanyak 13 orang menyatakan belum. pelanggan asuransi syariah. Mereka menilai prosedurnya masih standar, kecuali nama-nama dari industri asuransi syariah. Mereka menambahkan bahwa mereka tidak mengetahui produk asuransi syariah, tidak mempercayainya, dan tidak mengetahuinya. Meskipun pekerjaan dan pendidikan mereka kuat. Ketidakpercayaan mereka terhadap asuransi syariah dan kurangnya niat untuk menggunakan barang asuransi syariah menjadi kendala mereka untuk tidak menggunakan asuransi syariah. Karena masyarakat saat ini belum memiliki portofolio asuransi syariah, maka terjadi kekosongan pengetahuan tentang hakikat bisnis asuransi syariah itu sendiri di daerah ini. Hal ini menunjukkan bahwa jika dibandingkan dengan asuransi konvensional, kesadaran masyarakat Indonesia masih tergolong sangat rendah, khususnya di kota Medan Timur.

Penjelasan di atas memberikan justifikasi yang cukup meyakinkan bagi penulis untuk mengaitkan kurangnya pengetahuan, kesadaran, dan kepercayaan sebagai prediktor buruknya niat buruk penduduk Kecamatan Medan Timur terhadap barang asuransi syariah. Berdasarkan fakta-fakta dan teori-teori diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kesadaran, dan Kepercayaan Terhadap Intensi Penggunaan Produk Asuransi Syariah Dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderating” (Studi Kasus Jl. Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur).**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mengidentifikasi masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya berasuransi syariah
2. Kurangnya kepercayaan masyarakat untuk menggunakan produk-produk asuransi syariah
3. Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai produk-produk asuransi syariaiah
4. Rendahnya intensi dalam menggunakan produk asuransi syariah

## **C. Batasan Masalah**

Untuk mengetahui lebih jelasnya masalah yang akan diteliti mempertimbangkan kererbatasan yang ada dalam peneliti. Maka dibuat suatu batasan yang bertujuan untuk menghindari kekeliruan dalam menafsirkan judul penelitian tersebut, maka dalam penelitian ini peneli mengambil bagian terpenting dalam mengkaji yaitu:

1. Kesadaran yang dimiliki masyarakat di Kecamatan Medan Timur mengenai penggunaan produk asuransi syariah
2. Kepercayaan yang dimiliki masyarakat di Kecamatan Medan Timur mengenai penggunaan produk asuransi syariah
3. Intensi penggunaan produk asuransi syariah di Kecamatan Medan timur
4. Pengetahuan sebagai variable moderating.

## **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut, yaitu:

1. Apakah Kesadaran berpengaruh terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah di Jln Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur?

2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah di Jln Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur?
3. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah di Jln Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur?
4. Apakah kesadaran dan kepercayaan berpengaruh terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah di Jln Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur?
5. Apakah pengetahuan memoderasi pengaruh kesadaran terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah di Jln Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur?
6. Apakah pengetahuan memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah di Jln Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kesadaran terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah di Jln Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur
2. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah di Jln Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur
3. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah di Jln Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur.
4. Untuk menganalisis pengaruh kesadaran dan kepercayaan terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah di Jln Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur
5. Untuk menilai kesadaran pengaruh kesadaran terhadap niat menggunakan produk asuransi syariah di Jalan Gaharu Kecamatan Medan Timur Desa Durian.
6. Untuk mengetahui sejauh mana pemahaman warga Jln Gaharu Desa Durian Kecamatan Medan Timur tentang efek moderasi kepercayaan terhadap kecenderungan mereka untuk menggunakan produk asuransi syariah.

### **F. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis  
Melalui penelitian ini, penulis dapat meningkatkan wawasan akademis dan intelektual, menambah pemahaman tentang kajian ilmu industri asuransi secara umum dan khususnya bagaimana masyarakat mempengaruhi laju pertumbuhan perekonomian nasional. Mereka juga dapat menggunakan penelitian ini sebagai platform untuk mempublikasikan diri mereka sebagai akademisi dengan fokus pada asuransi syariah yang ingin menginformasikan dan mengedukasi orang lain tentang nilai asuransi.
2. Bagi Industri Asuransi  
Bagian produksi dapat memodifikasi produk yang akan ditawarkan sesuai dengan w, dan bagian pemasaran dapat merencanakan strategi yang lebih baik untuk menggarap pasar potensial yang ada dengan lebih efektif. Dengan memahami faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap peningkatan kesadaran berasuransi masyarakat, Presiden Direktur dan Pengurus Perusahaan Asuransi Syariah di Indonesia dapat memperoleh manfaat.
3. Bagi Akademis  
memperluas cakupan penelitian ilmiah tentang asuransi syariah, yang dapat digunakan sebagai referensi untuk studi masa depan oleh mahasiswa yang tertarik dengan bidang asuransi, khususnya yang berkaitan dengan variabel yang dapat mempengaruhi pemahaman masyarakat tentang asuransi.
4. Bagi Masyarakat  
Sebagai informasi dan contoh bagi masyarakat umum tentang peran masyarakat dalam pembangunan ekonomi suatu negara, dan diharapkan dapat membantu mengedukasi masyarakat Indonesia tentang pentingnya asuransi untuk melindungi diri dan keluarga mereka dari potensi risiko dalam jangka panjang. cara yang aman dan sesuai dengan syariat Islam dan direstui oleh Ulama berdasarkan Al-Quran dan Hadits.

## A. Jenis Penelitian

Penelitian semacam ini bersifat kuantitatif. Penelitian yang menekankan pada pengukuran proses sosial secara objektif dikenal sebagai penelitian kuantitatif. Semua fenomena sosial dicirikan dalam berbagai komponen isu, variabel, dan indikator untuk memungkinkan pengukuran. Bergantung pada jenis data yang terkait, setiap variabel diukur menggunakan simbol numerik yang unik. (Nur Ahmadi Bi Rahmani, 2016)

Pendekatan teknik penelitian ini adalah cara untuk mengumpulkan data dan menargetkan tujuan kegunaan tertentu. Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap asuransi syariah dan bagaimana pemahaman masyarakat terhadap produk asuransi syariah tempat peneliti berkunjung, berbincang dengan masyarakat tentang asuransi syariah di kecamatan Medan Timur, dan menyebarkan kuisioner kepada masyarakat di Jl. Kampung Durian Gahar di Kecamatan Medan Timur? Menggunakan SPSS 24.0, kelola hasil survei. (Azhari Akmal Tarigan, dan Dkk., 2016)

## B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Jln. Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur.

### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam waktu terhitung mulai Mei 2022 hingga selesai.

Tabel 3.1  
Jadwal Penelitian

No	Uraian Kegiatan	Jadwal Rencana Penelitian (Bulan/Tahun)				
		Mei 2022	Juni 2022	Juli 2022	Agustus 2022	September 2022
1.	Pengajuan Judul	■				
2.	Penyusunan Proposal		■	■		
3.	Bimbingan Proposal			■	■	
4.	Seminar Proposal					■

## C. Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data yaitu :

### 1. Data primer

Data primer adalah informasi langsung yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan studi tertentu. Biasanya, data dasar ini sebelumnya tidak dapat diakses, sehingga seorang peneliti harus mengumpulkannya secara mandiri sesuai dengan kebutuhannya. (Muhammad, 2016) Dengan menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara di Kecamatan Medan Timur, peneliti mengumpulkan data langsung dari masyarakat setempat.

### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber informasi yang diperoleh peneliti melalui perantara. Data sekunder biasanya berupa fakta, catatan, atau catatan sejarah yang telah dikumpulkan dari bahan arsip, buku, jurnal, dan sumber lain yang diterbitkan dan tidak diterbitkan. Peneliti memperkuat kesimpulannya dan menambah informasi yang telah terkumpul melalui wawancara langsung dengan warga Kecamatan Medan Timur dengan menggunakan data sekunder ini.

## D. Populasi Dan Sampel

### 1. Populasi

Sugiyono menegaskan bahwa yang dimaksud dengan “populasi” adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari benda-benda atau individu-individu dengan kualitas dan jumlah tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari sebelum



dibuat kesimpulan. (Nur Rahmani Bi Rahmani, 2017) 16.986 orang dari Jln. Gaharu, Desa Durian, dan Kecamatan Medan Timur termasuk dalam populasi penelitian ini. (Medan, 2022)

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi dalam hal ukuran dan susunan, sehingga harus secara akurat mencerminkan populasi secara keseluruhan. Purposive sampling, yaitu metode pemilihan sampel dengan pertimbangan tertentu agar layak dijadikan sampel, adalah sampel yang digunakan. Dengan menggunakan pendekatan Slovin, Anda dapat menghitung ukuran sampel sebagai berikut:

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

Keterangan:

N: Besarnya populasi

n: Besarnya sampel

e: Batas toleransikesalahan (*errortolerance*)

Adapun tulisan ini membahas tentang pengaruh awareness dan trust terhadap niat menggunakan produk asuransi syariah dengan pengetahuan sebagai variabel moderasi di Jln. Desa Durian Gaharu Kecamatan Medan Timur dengan jumlah penduduk 16.986 jiwa, masalah sampling yang masih bisa ditolerir meskipun penulisan ini kurang teliti adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{16.986}{1 + 16.986(0,1^2)}$$

$$n = \frac{16.986}{170,86}$$

$$n = 99,4$$

Ukuran sampel penelitian kemudian dibulatkan menjadi 100 peserta.

## E. Defensi Operasional

### 1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

- a. Seseorang yang mengetahui suatu produk asuransi dikatakan memahaminya. melibatkan pandangan pelanggan terhadap suatu produk, ingatan tentang jenis atau kategori produk tertentu, dan pengalaman yang melibatkan atau memanfaatkan produk yang dipermasalahkan.
- b. Pengetahuan dan penilaian konsumen tentang produk, fitur, dan keunggulan secara kolektif membentuk kepercayaan.

### 2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Intensi adalah kemungkinan individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu.

### 3. Variabel Moderating

Pengetahuan diperoleh melalui berbagai pengalaman dan paparan berbagai jenis informasi mengenai barang dan jasa yang dipakai seseorang.

**Tabel 3.1**  
**Variabel Dan Indikator**

Var iab el	Defenisi Variabel	Indikator	Sk ala	Item
------------------	----------------------	-----------	-----------	------



Kesadaran (X <sub>1</sub> )	Kondisi individu yang mengerti tentang suatu produk asuransi.	a. Pendapat seseorang tentang suatu produk, b. Mengingat jenis atau kategori produk oleh konsumen, c. Interaksi sebelumnya atau penggunaan produk yang diperebutkan	Likert	1-3
Kepercayaan (X <sub>2</sub> )	Pengetahuan konsumen, termasuk penilaian apa pun yang mereka buat tentang produk, fitur, dan keunggulan	a. <i>Integritas</i> , b. <i>Benevolence</i> c. <i>Redictability</i>	Likert	4-6
Intensi (Y <sub>1</sub> )	Kemungkinan individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu.	a. <i>Attention</i> (perhatian), b. <i>Interet</i> (ketertarikan), c. <i>Desire</i> (Besarnya keinginan) d. <i>Action</i> (seberapa jauh tindakan yang sudah dilakukan)	Likert	7-10
Pendidikan (Z)	berbagai perjumpaan dengan berbagai jenis informasi	a. Pengetahuan tentang merek, b. Terminology/konsep produk,	Likert	11-13

	mengenai barang dan jasa yang dimiliki seseorang	c. Atribut atau ciri produk, d. Kepercayaan produk secara umum.		
--	--	--	--	--

## F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

### 1. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengajuan serangkaian pertanyaan kepada subjek dengan harapan bahwa mereka akan menjawab secara sukarela. (Suharsimi Arikunto, 2010)

Metode pengumpulan data berupa angket atau angket tertutup yang disebarkan dengan seperangkat pertanyaan pengetahuan untuk variabel X1, X2, Y, dan pengetahuan sebagai faktor moderator digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan. Untuk mengukur sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial, peneliti menggunakan skala Sugiyono.

**Tabel 3.2**  
**Karakteristik Penilaian pada Skala Likert**

No	Keterangan	Skor
1	SangatSetuju	5
2	Setuju	4
3	RaguRagu	3
4	TidakSetuju	2
5	Sangat TidakSetuju	1

## G. Teknik Analisa Data

Data penelitian yang terkumpul diperiksa secara statistik dengan bantuan program SPSS untuk mendukung kesimpulan penelitian. Tes yang dijalankan adalah:

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai seberapa akurat butir-butir kuesioner alat pengumpul data ditulis. Tes tersebut dapat dinilai secara langsung dengan menggunakan Metode Korelasi Individu, Metode Korelasi Total Item yang Dikoreksi, atau dengan menggabungkan item dan hasil total. (Suharyadi, 2014)

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memeriksa konsistensi instrumen (kuesioner), keakuratan pengukuran, dan keterulangan dan konsistensi pengukuran. (Azwar, 2019) Tujuan uji reliabilitas adalah untuk mengevaluasi stabilitas dan konsistensi kumpulan responden saat orang mengisi kuesioner. Saat Anda mengajukan kembali pertanyaan, ini akan membantu Anda menerima hasil yang konsisten. uji reliabilitas dengan SPSS versi terbaru.

### 2. Uji Asumsi Klasik

Periksa penyimpangan dari asumsi konvensional sebelum menguji hipotesis. Ada beberapa tes yang perlu dijalankan pada asumsi konvensional. tes untuk heterodusty, multikolinearitas, dan normalitas.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen dan/atau moderator dalam model regresi berdistribusi normal. Uji-t dan uji-F diketahui mengandaikan distribusi normal untuk nilai residu. Untuk menentukan apakah residual berdistribusi normal, ada dua metode. Secara khusus, analisis statistik dan analisis grafik.

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam model regresi digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan variansi antara residual dari pengamatan yang berbeda. Disebut sebagai homoskedastisitas jika varian residu antara satu pengamatan dan pengamatan berikutnya tetap ada; jika tidak, itu disebut sebagai heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Kemampuan model regresi untuk mengidentifikasi korelasi antara variabel independen diuji dengan menggunakan uji multikolinieritas (variabel independen). Seharusnya tidak ada hubungan antara variabel independen dalam model regresi yang sesuai. Jika nilai toleransi lebih dari 0,1 dan nilai Faktor Inflasi Nilai (VIF) lebih rendah dari 10, data dianggap non-multikolinier. Multikolinieritas muncul ketika nilai VIF lebih besar dari 10 dan nilai tolerance lebih kecil dari 0,1.

**3. Uji Regresi Linear**

Untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat, digunakan persamaan regresi dalam analisis regresi linier. Paket statistik untuk ilmu sosial (SPSS) akan digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini untuk mengevaluasi hipotesis yang telah ditetapkan dan menentukan apakah dapat diterima atau ditolak. Regresi linier sederhana dan regresi linier berganda adalah dua jenis regresi linier yang paling umum. Untuk menguji hipotesis bahwa kompensasi, motivasi kerja, dan kepuasan kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan dengan persamaan regresi, serta hubungan antara kompensasi dan lama kerja, motivasi kerja dan lama kerja, serta kepuasan kerja dan lama kerja melalui pengujian interaksi. , juga dikenal sebagai analisis regresi moderat (MRA). MRA adalah teknik yang melibatkan perkalian variabel independen dengan variabel moderating di samping variabel independen (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Ghozali, 2016)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4ZX_1 + b_5ZX_2 + b_6ZX_3 + e$$

**Keterangan :**

Y = Intensi Penggunaan Produk Asuransi Syariah

a = Konstanta

X1 = Kesadaran

X2 = Kepercayaan

Z = Pengetahuan

b1, b2, b3, b4, b5, b6 = Koefisien regresi

e = Standart error

**4. Uji Hipotesis**

Adapun uji hipotesis initerdiri dari:

a. Uji Parsial (Uji t)

Tujuan dari uji-t ini adalah untuk menentukan apakah setiap variabel independen (X) memiliki dampak yang substansial (signifikan) terhadap ada atau tidaknya variabel dependen (Y) yang berhubungan dengannya dan rata-ratanya berbeda. Uji-t dijalankan dengan mengkontraskan standard error dari selisih rata-rata antara dua rata-rata dengan selisih rata-rata antara kedua sampel.

Kriteria tes yang dipakai adalah:

Ho diterima dan Ha ditolak apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$ .

Ho ditolak dan Ha diterima apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$ .

b. Uji Simultan (Uji F)

Jumlah perubahan nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh perubahan nilainya diuji untuk menentukan pengaruh variabel independen yang bertindak secara bersamaan terhadap perubahan nilainya. Tingkat signifikansi yang dipilih untuk studi dalam kaitannya dengan nilai probabilitas hasil adalah variabel independen.

c. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Untuk menentukan seberapa efektif sampel menggunakan data, digunakan uji koefisien determinan (R<sup>2</sup>). Penurunan variabel dependen akibat penggunaan variabel independen diukur dengan R<sup>2</sup>. Dari 0 hingga 1, nilai R<sup>2</sup> bervariasi, dengan nilai R<sup>2</sup> yang tinggi antara 0,7 dan 1.

d. Uji *Moderated Regression Analysis (MRA)*

Tujuan dari analisis *Moderated Regression Analysis (MRA)* adalah untuk menentukan apakah keberadaan faktor moderasi memperkuat atau memperlemah hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen. Hipotesis ketiga (H3) dan hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini keduanya diuji dengan menggunakan analisis regresi moderat (MRA). pengujian model dalam persamaan beriku:

**Persamaan untuk Hipotesis ke 3 (H3)**

$$Y = a + b_1X_1 + b_2Z + b_3(X_1Z) + e$$

**Persamaan untuk Hipotesis ke 4 (H4)**

$$Y = a + b_1X_2 + b_2Z + b_3(X_2Z) + e$$

Keterangan:

- Y : Intensi Penggunaan Produk Asuransi Syariah
- a : Konstanta
- X<sub>1</sub> : Kesadaran
- X<sub>2</sub> : Kepercayaan
- Z : Pengetahuan
- b<sub>1</sub>.b<sub>2</sub> : Koefisien regresi yaitu menyatakan perubahan nilai Y apabila terjadi kesalahan
- e : *error* penelitian

Ambang batas signifikansi 5% menunjukkan bahwa pengambilan keputusan didasarkan pada pengaruh hubungan antara faktor independen dan variabel dependen. H<sub>0</sub> disetujui jika hasil perhitungan signifikansi lebih dari 5%. H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>4</sub> diterima jika tingkat signifikansi positif sama dengan atau kurang dari 5%.

**Hasil Penelitian dan Pembahasan**

**A. Gambaran Umum Jln. Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur**

Di Kabupaten Medan Timur yang merupakan bagian dari provinsi Sumatera Utara, Jalan Gaharu terletak di Kelurahan durian. Desa durian memiliki luas wilayah 265,00 km<sup>2</sup> (BPS, 2021) dan berpenduduk 2.478.145 jiwa (DCKS, 2021). Sebaliknya, ada 16.986 orang yang tinggal di Jl Gaharu saja.

Salah satu pemukiman di Kecamatan Medan Timur bernama Kampung Durian. Kelurahan Glugur Darat II, Kelurahan Sidorame Barat II, Kelurahan Gaharu, Kelurahan Silalas, dan Kelurahan Glugur Kota membentuk batas wilayah Kecamatan Durian bagian utara, timur, selatan, serta barat.

**B. Deskripsi Data Penelitian**

Responden penelitian ini adalah penduduk Jalan Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur dengan jumlah sampel 100 responden.

**1. Uji Deskripsif**

- a) Distribusi Frekuensi Responden Terkait Usia

Tabel 4.1

Distribusi Frekuensi responden berdasarkan Usia

Kelompok Umur	Frekuensi	Persentase (%)
31-40Tahun	9	9%
41-50Tahun	53	53%
≥ 51tahun	38	38%
Total	100	100%

(Sumber: Data Primeryang diolah, 2022)

Berdasarkan Tabel 4.1, responden terbagi dalam tiga kelompok umur: mereka yang berusia antara 31 dan 50 tahun diwakili oleh 53 orang (53%) dan mereka yang berusia di atas 51 tahun masing-masing sebanyak 38 orang (38%). Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata usia penduduk di jalan di Jln Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur yang paling banyak adalah pada kelompok usia 41-50 tahun. Kelompok usia 41-50 tahun termasuk kedalam usia yang masih produktif.

b) Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Distribusi Frekuensi responden berdasarkan Jenis Kelamin

JenisKelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	58	58%
Perempuan	42	42%
Total	100	100%

(Sumber: Data Primeryang diolah, 2022)

Berdasarkan Tabel 4.2, terdapat 42 orang (48% responden) yang berjenis kelamin perempuan dan 58 orang (58%) berjenis kelamin laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat 58 orang di Jl Gaharu, Kelurahan Darian, Kecamatan Medan Timur, dengan persentase 58% adalah laki-laki, yang merupakan sebagian besar penduduk.

c) Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3

Distribusi Frekuensi responden berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SD	2	2%
SMP	16	16%
SMA/SMK	45	45%
D1/D2/D3	15	15%
S1/S2/S3	22	22%
Total	100	100%

(Sumber: Data Primer yang diolah, 2022)

Berdasarkan Tabel 4.3, terdapat 2 responden berpendidikan SD (2%), 16 responden berpendidikan SMP (16%), 45 responden berpendidikan SMA/SMK (45%), 15 responden berpendidikan D1/D2/ Pendidikan D3 (15%), dan 22 responden berpendidikan S1, S2, atau S3 (22%). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Jl Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur memiliki pendidikan yang cukup tinggi, mayoritas penduduk berpendidikan SMA/SMK berjumlah 45 orang (45%).

d) Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4

Distribusi Frekuensi responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
PNS	17	17%
Wiraswasta	41	41%
KaryawanSwasta	25	25%
Ibu Rumah tangga	17	17%
Total	100	100%

(Sumber: Data Primeryang diolah, 2022)

Tabel 4.4 memperlihatkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaannya, dengan 17 orang (17%) pegawai negeri, wiraswasta berjumlah 41 orang (41%), Karyawan Swasta berjumlah 25 orang (25%), Ibu Rumah Tangga

berjumlah 17 orang (17%) Hal ini menunjukkan bahwa penduduk Jl Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur masih produktif dilihat dari mayoritas penduduk bekerja sebagai wiraswasta berjumlah 41 orang (41%).

e) Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Nasabah Asuransi

Tabel 4.5

Distribusi Frekuensi responden berdasarkan Nasabah Asuransi

Nasabah Asuransi	Frekuensi	Persentase (%)
Ya	26	26%
Tidak	74	74%
Total	100	100%

(Sumber: Data Primer yang diolah, 2022)

Padatabel 4.5 menunjukkan bahwa penduduk Jl Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur, sebagai nasabah Asuransi Syariah berjumlah 26 orang (26%) dan tidak sebagai nasabah Asuransi Syariah berjumlah 74 orang (74%). Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak penduduk yang belum menjadi nasabah asuransi syariah yaitu berjumlah 74 orang (74%).

f) Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan pertama kali mengenal produk asuransi syariah

Tabel 4.6

Distribusi Frekuensi responden berdasarkan pertama kali mengenal produk asuransi syariah

Mengenal Produk Asuransi Syariah	Frekuensi	Persentase (%)
Agen	35	35%
Iklan	19	19%
Keluarga	17	17%
Brosur	21	21%
Teman/Tetangga	8	8%
Total	100	100%

(Sumber: Data Primer yang diolah, 2022)

Padatabel 4.6 menunjukkan bahwa penduduk Jl Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur pertama kali mengenal produk asuransi syariah dari agen berjumlah 35 orang (35%), Iklan 19 jumlah orang (19%), keluarga berjumlah 17 orang (17%), Brosur berjumlah 21 orang (21%) dan teman/tetangga berjumlah 8 orang (8%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas penduduk mengenal produk asuransi syariah dari agen sebanyak 35 orang (35%).

2. Uji Deskripsi hasil Kuesioner Kesadaran

a) Hasil Kuesioner Variabel Kesadaran (X1)

Tabel 4.7

Distribusi Frekuensi Hasil Kuesioner Variabel Kesabaran

Butir	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Ragu-Ragu (RR)		Kurang Setuju (KS)		Tidak Setuju (TS)		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	16	16%	47	47%	37	37%	0	0%	0	0%	100	100%
X1.2	10	10%	32	32%	57	57%	1	1%	0	0%	100	100%

											0	0
											0	0
X1	2	2%	3	35	4	43	2	2	0	0	1	1
.3			5	%	3	%	0	0			0	0
								%			0	0
											0	0

Dari tabel 4.7 dapat diketahui bahwa pernyataan variable kesadaran adalah:

1. Frekuensi tertinggi untuk item pernyataan pertama (X1.1) adalah 47% (setuju), diikuti 37% (ragu-ragu), 16% (sangat setuju), dan 0% (kurang setuju atau tidak setuju).
  2. Untuk item pernyataan kedua (X1.2), frekuensi maksimumnya adalah 57% (ragu-ragu), diikuti 32% (setuju), 10% (sangat setuju), 1% (tidak setuju), dan 0% (paling rendah).
  3. Untuk item ke-3 (X1.3) ditampilkan frekuensi maksimal 35 (ragu-ragu), selanjutnya frekuensi 35% (setuju), frekuensi 20% (tidak setuju), frekuensi 2% (sangat setuju) dan paling rendah 0% (Tidak setuju)
- b) Hasil kuesioner Variabel Kepercayaan (X2)

Tabel 4.8

Distribusi Frekuensi Hasil Kuesioner Variabel Kepercayaan

Butir	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Ragu-Ragu (RR)		Kurang Setuju (KS)		Tidak Setuju (TS)		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2	1	1%	26	26%	3	35%	3	38%	0	0%	1	10%
.1					5		8				0	0%
X2	0	0%	27	27%	2	24%	4	49%	0	0%	1	10%
.2					4		9				0	0%
X2	7	7%	22	22%	4	43%	2	28%	0	0%	1	10%
.3					3		8				0	0%

Dari tabel 4.8 bisa diketahui bahwa pernyataan variabel kepercayaan adalah:

1. Frekuensi terbesar untuk item pernyataan pertama (X2.1) adalah 38% (tidak setuju), diikuti 35% (ragu-ragu), 26% (setuju), 1% (Sangat Setuju), dan 0% untuk frekuensi terendah (tidak setuju).
2. Untuk item pernyataan kedua (X2.2), frekuensi tertinggi adalah 49% (tidak setuju), diikuti 27% (setuju), 24% (ragu-ragu), dan 0% (Sangat setuju) dan tidak setuju.
3. Untuk item ketiga (X2.3) frekuensi terbesar adalah 43% (ragu-ragu), diikuti 28% (tidak setuju), 22% (setuju), 7% (sangat setuju), dan frekuensi minimal 0%. (Tidak setuju)

c) Hasil kuesioner Variabel Intensi Penggunaan Produk Asuransi Syariah (Y)

Tabel 4.9

Distribusi Frekuensi Hasil Kuesioner Variabel Intensi Penggunaan Produk Asuransi Syariah

Butir	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Ragu-Ragu (RR)		Kurang Setuju (KS)		Tidak Setuju (TS)		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%



Y.1	14	14%	12	12%	45	45%	29	29%	0	0	100	100%
Y.2	10	10%	16	16%	50	50%	24	24%	0	0	100	100%
Y.3	0	0	22	22%	65	65%	13	13%	0	0	100	100%
Y.4	12	12%	11	11%	37	37%	40	40%	0	0	100	100

Daritabel 4.9 dapat diketahui bahwa pernyataanvariabel intensi menggunakan produk asuransi syariah adalah:

1. Distribusi frekuensi untuk item pernyataan pertama (Y.1) menunjukkan bahwa frekuensi tertinggi adalah 45% (ragu-ragu), diikuti 29% (tidak setuju), 14% (sangat setuju), 12% (setuju), dan 0% (tidak ada pendapat) (tidak setuju).
2. Untuk item pernyataan kedua (Y.2), frekuensi tertinggi adalah 50% (ragu-ragu), diikuti 24% (tidak setuju), 16% (setuju), 10% (sangat setuju), dan 0% ( paling jarang) (Sangat setuju dan tidak setuju).
3. Untuk item pernyataan ketiga (Y.3), frekuensi tertinggi adalah 65% (ragu-ragu), diikuti 22% (setuju), 13% (tidak setuju), dan 0% (paling jarang diungkapkan) (sangat setuju). menerima dan menolak)
4. Frekuensi terbesar untuk item pernyataan keempat (Y.4) adalah 40% (tidak setuju), diikuti 37% (ragu-ragu), 12% (sangat setuju), frekuensi 11% (setuju), dan frekuensi minimal 0% (tidak setuju)

d) Hasil kuesioner Variabel Moderating Pengetahuan (Z)

Tabel 4.10

Distribusi Frekuensi Hasil Kuesioner Variabel Moderating Pengetahuan

Butir	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Ragu-Ragu (RR)		Kurang Setuju (KS)		Tidak Setuju (TS)		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Z.1	0	0	6	62	3	38	0	0	0	0	10	100
Z.2	0	0	9	98	2	2	0	0	0	0	10	100
Z.3	1	1	5	59	4	40	0	0	0	0	10	100
Z.4	0	0	2	25	7	75	0	0	0	0	10	100

Daritabel 4.10 dapat diketahui bahwa pernyataanvariabel intensi menggunakan produk asuransi syariah adalah:

1. Untuk item pernyataan pertama (Z.1), frekuensi tertinggi adalah 62% untuk “setuju”, diikuti 38% untuk “ragu-ragu”, dan 0% untuk “sangat setuju, tidak setuju, dan tidak setuju”.
2. Untuk item pernyataan kedua (Z.2), frekuensi tertinggi adalah 98% untuk “setuju”, diikuti 2% untuk “ragu-ragu”, dan 0% untuk “sangat setuju, tidak setuju, dan tidak setuju”.
3. Butir pernyataan ketiga (Z.3) memiliki distribusi frekuensi dengan frekuensi tertinggi 59% (setuju), diikuti 40% (ragu-ragu), 1% (sangat setuju), dan 0% (tidak setuju dan tidak setuju). setuju).
4. Frekuensi terbesar untuk item pernyataan keempat (Z.4) adalah 75% (ragu-ragu), diikuti 25% (setuju), dan frekuensi terendah adalah 0%. (sangat setuju, kurang setuju dan tidak setuju)

### C. Uji Persyaratan Analisis Data

#### 1. Uji Validitas

Dengan membandingkan nilai r estimasi atau nilai korelasi Pearson dengan nilai r tabel, pemeriksaan validitas dapat dilakukan. Validitas pertanyaan survei ditentukan dengan menggunakan kriteria jika r hitung > dari r tabel.

Tabel yang dihasilkan untuk  $N = 100$  dan  $\alpha = 0,05$  menunjukkan nilai dalam tabel r. Anda dapat menggunakan SPSS 23 untuk menilai validitas pernyataan dan memverifikasi hasil validitas berdasarkan keluaran SPSS.

Tabel.4.11  
Hasil UjiValiditas Variabel Kesadaran (X1)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.663	0.1638	Valid
2	0.702	0.1638	Valid
3	0.621	0.1638	Valid

Nilai r hitung untuk semua item pernyataan > dari tabel r dapat dilihat dari tabel 4.11. Oleh karena itu kuesioner variabel kesadaran dapat dianggap dapat diandalkan.

Tabel.4.12  
Hasil UjiValiditas Variabel Kepercayaan (X2)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.875	0.1638	Valid
2	0.877	0.1638	Valid
3	0.877	0.1638	Valid

Nilai r hitung untuk semua item pernyataan > dari tabel r dapat dilihat dari tabel 4.12. Oleh karena itu, dapat dikatakan kuesioner pada variabel kepercayaan adalah reliabel.

Tabel.4.13  
Hasil UjiValiditas Variabel Intensi Penggunaan Produk AsuransiSyariah (Y)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.896	0.1638	Valid
2	0.857	0.1638	Valid
3	0.813	0.1638	Valid
4	0.894	0.1638	Valid

Nilai r hitung untuk semua item pernyataan > dari tabel r dapat dilihat dari tabel 4.13. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kuesioner variabel “niat menggunakan produk asuransi syariah” adalah akurat.

Tabel.4.14  
Hasil UjiValiditas Moderating Pengetahuan (Z)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.636	0.1638	Valid
2	0.266	0.1638	Valid
3	0.710	0.1638	Valid
4	0.801	0.1638	Valid

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai r memasukkan semua item pernyataan dalam >tabel r dalam perhitungannya. Dengan demikian kita dapat mengatakan bahwa kuesioner moderator pengetahuan dapat diandalkan.

## 2. Uji Reabilitas

Untuk memastikan seberapa baik pengukur dapat mendukung kebenaran dan konsistensi pernyataan, tes kepercayaan dilakukan. Keandalan data diperiksa menggunakan penilaian Cronbach Alpha. Salah satu kriteria ketergantungan yang paling populer adalah *alpha Cronbach*. Skala harus memiliki *Cronbach Alpha* minimum 0,1638 agar dianggap kredibel.

Tujuan dari uji reliabilitas penelitian adalah untuk mengevaluasi tingkat akurasi, presisi, stabilitas, atau konsistensi alat pengumpul data, terlepas dari kapan alat itu digunakan atau jika pengukuran dikumpulkan kembali. dijalankan untuk memeriksa apakah ada sinyal pernyataan yang valid Untuk gejala terkait, lanjutkan.

Tabel 4.15  
Hasil Uji Reliabilitas

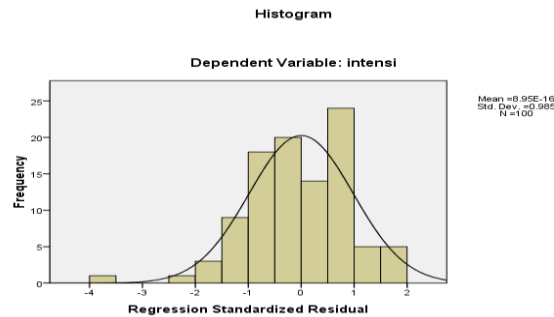
Variabel	Realibilitas	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
X1	0.696	0.1638	Reliabel
X2	0.900	0.1638	Reliabel
Y	0.878	0.1638	Reliabel
Z	0.491	0.1638	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditampilkan pada Tabel 4.15, semua variabel sangat dapat dipercaya dan setiap pernyataan dalam kuesioner dapat diperiksa lebih lanjut karena r hitung lebih besar dari r tabel.

## D. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

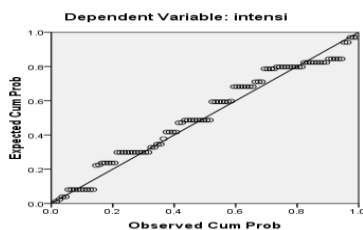
Dalam penelitian ini normalitas atau nonnormalitas model regresi ditentukan dengan menggunakan uji normalitas. Uji normalitas menunjukkan bahwa variabel X1, X2, Y, dan Z berdistribusi normal. Kedua grafik histogram dan *P-Plot of Regression Standardized Residual* digunakan dalam pekerjaan ini untuk menguji normalitas.



Gambar 4.1 Uji Normalitas dan Histogram

Gambar 4.1 menunjukkan distribusi normal dari semua variabel. Hal ini disebabkan kurva histogram berbentuk lonceng atau parabola.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.2 Uji Normalitas dengan P-P Plot

Berdasarkan Gambar 4.2, data atau grafik histogram yang terdistribusi disekitar dan sepanjang diagonal menunjukkan pola distribusi normal, dan model regresi memenuhi syarat normalitas.

### 2. Uji Multikolinearitas

Untuk menentukan apakah model regresi dikaitkan antara variabel independen, digunakan uji multikolinearitas. Model regresi yang layak tidak memiliki multikolinearitas dan tidak ada korelasi antar variabel independen. Persyaratan uji VIF (Variance Inflation Factor) untuk multikolinearitas adalah:

- Jikanilai Tolerance > 0, 10 maka bisa diartikan tidak terjadimultikolinearitas terhadap data yang di uji.
- Jikanilai VIF < 10 maka bisa diartikan terjadimultikolinearitas terhadap data yang di uji.

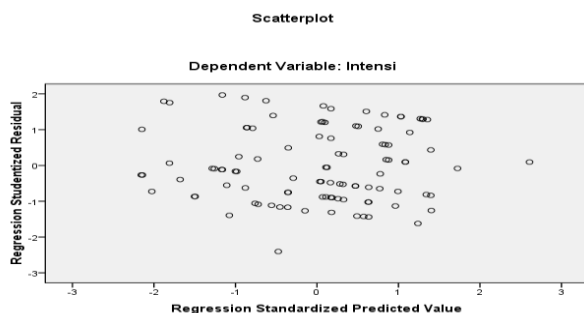
Tabel. 4.17  
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1. (Constant)		
Kesadaran	0.105	9.507
	0.107	9.537
Kepercayaan	0.121	8.242
Pengetahuan		

Terlihat dari data pada tabel 4.18 di atas bahwa nilai toleransi untuk variabel kesadaran nilai toleransi sebesar 0,105, nilai toleransi variabel kepercayaan sebesar 0,107, dan nilai toleransi variabel pengetahuan sebesar 0,121. Berdasarkan nilai VIF (variance inflation factor) sebesar 9,507 untuk variabel awareness, 9,537 untuk trust, dan 8,242 untuk knowledge, dapat ditarik kesimpulan bahwa multikolinearitas tidak ada jika lebih dari 0,10 dan multikolinearitas tidak terjadi pada saat VIF nilainya kurang dari 10.

### 3. Uji Heterokedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dari perubahan kondisi yang tidak ditunjukkan dalam definisi model regresi. Pada pengujian ini memanfaatkan diagram emisi residual.



Gambar 4.3. Uji Heterokedastisitas

Kita dapat menyimpulkan dari Gambar 4.3 bahwa data tersebar dan tidak membentuk pola yang dapat dilihat, memenuhi uji heteroskedastisitas dan memungkinkan kita melanjutkan ke berbagai tingkat analisis data linier.

### E. Uji Regresi Linier Berganda

Saat mengidentifikasi pengaruh yang berkisar dari kuat hingga ringan, gunakan uji regresi linier berganda untuk memasukkan perubahan satu per satu dan menghasilkan persamaan regresi.

Akibatnya, kami dapat menyimpulkan dari hasil analisis SPSS kami bahwa banyak persamaan linier adalah:

Tabel 4.17  
Analisis Regresi Linear Berganda

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

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients
-------	-----------------------------	---------------------------

	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	.804	2.201	
Kesadaran	.681	.154	.412
Kepercayaan	.864	.144	.640
Pengetahuan	-.224	.222	-.088

a. Dependent Variable: intensi

Dari fakta-fakta ini, membuat persamaan regresi langsung menghasilkan:

$$\text{Intensi penggunaan Produk Asuransi Syariah (Y)} = \alpha + b_1\text{Kesadaran} + b_2\text{Kepercayaan} + b_3\text{pendidikan} + e$$

$$\text{Intensi Penggunaan produk asuransi syariah} = -1.314 + 0.640 \text{ Kesadaran} + 0.785 + -0,224 e$$

Tabel 4.19 menunjukkan nilai konstanta sebesar 0,804 yang menunjukkan bahwa keinginan untuk memanfaatkan produk asuransi syariah akan tetap konstan jika pengetahuan (X1), kepercayaan (X2), dan pendidikan (Z) diabaikan.

- Koefisien regresi kesadaran (X1) sebesar 0,681. Hal ini berimplikasi bahwa keinginan untuk memanfaatkan barang asuransi akan tumbuh sebesar 0,681 untuk setiap titik peningkatan derajat kesadaran. sebaliknya
- Koefisien regresi kepercayaan (X2) sebesar 0,864. Hal ini menjelaskan mengapa keinginan untuk memanfaatkan barang asuransi akan meningkat sebesar 0,864 untuk setiap kenaikan tingkat kepercayaan. sebaliknya
- Z adalah -0,224, koefisien regresi pengetahuan. Hal ini menggambarkan bagaimana niat untuk memanfaatkan barang asuransi akan tumbuh sebesar -0,224 untuk setiap titik jenjang pendidikan. Begitu juga sebaliknya

Menurut temuan studi regresi berganda untuk mengetahui dampak kesadaran dan pengetahuan, pendidikan dan kepercayaan memiliki pengaruh sebagai berikut terhadap keputusan menggunakan produk asuransisyariah:

Tabel. 4.18

Uji Analisis Berganda Variabel Pengaruh Kesadaran Dengan pengetahuan dan Kepercayaan Dengan pengetahuan Terhadap Intensi Penggunaan Produk Asuransi Syariah

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	2.248	.497	
kesadaran* pengetahuan	.033	.010	.415
Kepercayaan* pengetahuan	.039	.009	.546

a. Dependent Variable:  
intensi

Persamaan regresi yang diturunkan dari data ini dan dinyatakan dalam bentuk standar adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1ZX1 + b_2ZX2 + e$$

$$Y = 2.248 + 0,033Z X1 + 0,039ZX2 + e$$

Berikut penjelasan dari model regresi berganda di atas:

- a) Konstantasebesar 2,248 menyatakan bahwa jika kesadaran dengan pendidikan dan kepercayaan dengan pendidikan diabaikan maka intensi penggunaan produk asuransi syariah sebesar 2,248
- b) Koefisien regresi kesadaran dan pengetahuan (ZX1) sebesar 0,033. Artinya keinginan untuk memanfaatkan produk asuransi syariah akan bervariasi sebesar 0,033 untuk setiap perubahan kesadaran yang dipengaruhi oleh pengetahuan sebesar satu poin. sebaliknya
- c) Koefisien regresi kepercayaan-pengetahuan (ZX2) adalah 0,039. Berdasarkan hal tersebut, keinginan untuk menggunakan produk asuransi syariah akan bervariasi sebesar 0,039 untuk setiap titik kepercayaan yang dipengaruhi oleh perubahan pengetahuan. Begitu pula sebaliknya.

## F. Uji Hipotesis

### 1. Uji Parsial (Uji t)

Keinginan untuk menggunakan produk asuransi syariah (Y) merupakan variabel dependen, sedangkan faktor kesadaran dan kepercayaan merupakan variabel independen. Uji t digunakan untuk menguji hubungan antara masing-masing variabel bebas dengan pengetahuan sebagai variabel pemoderasi.

Kriteria berikut digunakan dalam persyaratan untuk menerima atau menolak hipotesis: H0 disetujui sedangkan Ha ditolak jika t-hitung melebihi t-tabel. H0 ditolak jika thitung lebih dari ttabel, sedangkan Ha diterima. Diketahui t tabel untuk  $df = 100 - 4 = 96$  dengan signifikansi 5% adalah 1,661

Tabel. 4.19  
Hasil Ujit Kesadaran, Kepercayaan Dan pengetahuan

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.804	2.201		.365	.716
Kesadaran	.681	.154	.412	4.427	.000
Kepercayaan	.864	.144	.640	6.011	.000
Pengetahuan	-.224	.222	-.088	1.010	.315

a. Dependent Variable:  
intensi penggunaan produk asuransi syariah

Keputusan analisis uji t untuk masing-masing variabel bebas sebagai berikut:

- a) Pengaruh kesadaran terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah  
Pengaruh antara kesadaran dengan intensi penggunaan produk asuransi syariah berpengaruh dengan t hitung sebesar  $4.427 > t$  tabel sebesar 1.661 pada tingkat signifikan 5%. Didapat nilai  $p < 0,05$ , Maka dengan ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis Ho ditolak serta Ha diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara kesadaran dengan intensi penggunaan produk asuransi syariah di Jl Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur.
- b) Pengaruh kepercayaan terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah

Pengaruh kepercayaan terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah dengan thitung sebesar 6,011 > t tabel 1,661 pada tingkat signifikansi 5%, dilihat bahwa  $p < 0,000 < 0,05$ . Maka dengan ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara kepercayaan dengan intensi penggunaan produk asuransi syariah di Jl Gaharu Kabupaten Durian Kecamatan Medan Timur.

c) Pengaruh pengetahuan terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah

Pengaruh pendidikan terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah dengan thitung sebesar -1,010 < t tabel 1,661 pada tingkat signifikansi 5%, dilihat bahwa  $p > 0,315 > 0,05$ . Maka dengan ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara pengetahuan dengan intensi penggunaan produk asuransi syariah di Jl Gaharu Kabupaten Durian Kecamatan Medan Timur

Tabel. 4.20

Hasil Uji t Kesadaran Moderasi Pengetahuan Dan Kepercayaan Moderasi Pengetahuan  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.248	.497		4.525	.000
kesadaran* Pengetahuan	.033	.010	.415	3.406	.001
Kepercayaan* Pengetahuan	.039	.009	.546	4.487	.000

a. Dependent Variabel: Intensi

Keputusan analisis uji t untuk masing-masing variabel bebas sebagai berikut:

a) Pengaruh pengetahuan sebagai unsur pemoderasi terhadap kecenderungan menggunakan produk asuransi syariah

Pengaruh pengetahuan dan pendidikan dengan t hitung 3,406 > t tabel 1,661 pada taraf signifikansi 5% terhadap niat menggunakan produk asuransi syariah. Didapatkan nilai  $p < 0,001 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara kesadaran dan pengetahuan terhadap keinginan menggunakan produk asuransi syariah di Jl Gaharu Desa Durian Kecamatan Medan Timur.

b) Pengaruh kepercayaan terhadap kecenderungan memanfaatkan produk asuransi syariah dengan pengetahuan sebagai variabel pemoderasi

Pengaruh kepercayaan dengan pengetahuan terhadap niat menggunakan produk asuransi syariah dengan t hitung 4,487 > t tabel 1,661 pada ambang batas signifikansi 5%, dapat ditunjukkan bahwa  $p < 0,000 < 0,05$ . Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa sementara  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa niat menggunakan produk asuransi syariah di Jl Gaharu Kecamatan Durian dan Kecamatan Medan Timur secara signifikan dipengaruhi oleh kepercayaan dan pengetahuan.

## 2. Uji Simultan (Uji F)

Temuan uji-F dapat digunakan untuk menentukan pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Uji-F harus memenuhi syarat sebagai berikut:  $H_0$  diperbolehkan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima.  $H_a$  diterima tetapi  $H_0$  ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , atau variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Tabel berikut menampilkan informasi berdasarkan hasil uji statistik (uji Anova/uji F):

Tabel 4.21.



## Hasil Uji F Variabel Kesadaran dan Kepercayaan

### ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	995.273	2	497.636	500.541	.000 <sup>a</sup>
Residual	96.437	97	.994		
Total	1091.710	99			

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kesadaran

b. Dependent Variable: intensitas

Berdasarkan hasil analisis data Anova pada tabel di atas diperoleh nilai Fhitung sebesar 500.541 sedangkan nilai Ftabel dengan tingkat kesalahan 5% sebesar 2,70. Untuk menguji F, nilai derajat kebebasan (df) pembilang (df1) dihitung dengan menggunakan rumus  $df1 = k - 1$ . Kemudian dengan menggunakan rumus  $df2 = n - k$ , dimana k adalah banyaknya variabel (independen + terikat), dan n adalah volume data, identifikasi derajat kebebasan (df) disebut df2.

$n = 100$  dan  $k = 4$  dalam penelitian ini. Jika dilihat dari nilai pada Ftabel, dengan  $df1 = 3$  dan  $df2 = 97$ , diperoleh nilai Ftabel sebesar 2,70. Nilai df1 dalam penelitian ini adalah  $df1 = 4 - 1 = 3$ , dan  $df2 = 100 - 3 = 97$ . Selain itu, karena nilai Fhitung adalah 500,541 dan nilai Ftabel adalah 2,70, dapat disimpulkan bahwa  $Fhitung > Ftabel$  ( $500,541 > 2,70$ ) dan perbedaan ini signifikan pada 0,00 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa awareness dan trust berpengaruh besar terhadap frekuensi penggunaan produk asuransi syariah.

### 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Di Jl. Gaharu Desa Durian Kecamatan Medan Timur dilakukan uji determinasi untuk mengetahui sejauh mana pengaruh awareness dan trust terhadap intensitas penggunaan produk asuransi syariah dengan pengetahuan sebagai variabel moderasi. Berikut koefisien determinasi yang ditemukan:

Tabel 4.22  
Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

#### Model Summary

Model	R	RSquare	Adjusted RSquare	Std. Error of the Estimate
1	.955 <sup>a</sup>	.912	.910	.997

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kesadaran

b. Dependent Variable: Intensi penggunaan produk asuransi syariah

Berdasarkan data tersebut di atas, nilai R Square adalah 0,912 atau 91,2%. Besarnya koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel bebas Kesadaran (X1) dan Kepercayaan (X2) turut berperan terhadap variabel terikat yaitu keinginan memanfaatkan produk asuransi syariah (Y) yang besarnya sebesar 91,2% dari total varians. . Sementara faktor lain yang tidak dipertimbangkan dalam model penelitian ini menyumbang 8,8% sisanya.

Tabel 4.23  
Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.960 <sup>a</sup>	.921	.917	.956

- a. Predictors: (Constant), Kesadaran, Kepercayaan, pendidikan, Kesadaran\* Pendidikan Kepercayaan\*pendidikan
- b. Dependent Variabel: Intensi penggunaan produk asuransi syariah

Berdasarkan perhitungan pada Tabel 4.23, koefisien determinasi (adhusted R2) naik menjadi 0,921, artinya hasil regresi dapat menjelaskan bagaimana variabel kesadaran dan kepercayaan, serta hubungan antara kesadaran dan pendidikan serta pengaruh kepercayaan dengan pendidikan. , dapat mempengaruhi 92,1% niat responden untuk menggunakan produk asuransi syariah, sedangkan sisanya sebesar 7,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**4. Uji Moderated Regression Analysis (MRA)**

Tujuan dari analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA) adalah untuk menentukan apakah keberadaan faktor moderasi memperkuat atau memperlemah hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen. Hipotesis ketiga (H3) dan hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini keduanya diuji dengan menggunakan analisis regresi moderat (MRA). Pengujian model untuk persamaan berikut:

Persamaan Hipotesis Ketiga (H3)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2Z + b_3(X_1Z) + e$$

Persamaan untuk Hipotesis ke 4 (H4)

$$Y = a + b_1X_2 + b_2Z + b_3(X_2Z) + e$$

Tabel 4.24

**Model Summary**

Model	R	RSquare	Adjusted RSquare	Std. Error of the Estimate
1	.955 <sup>a</sup>	.912	.910	.997

- a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kesadaran
- b. Dependent Variabel: Intensi penggunaan produk asuransi syariah

Tabel 4.25

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.960 <sup>a</sup>	.921	.917	.956

- a. Predictors: (Constant), Kesadaran, Kepercayaan, Pendidikan, Kesadaran\* Pendidikan Kepercayaan\*pendidikan
- b. Dependent Variabel: Intensi penggunaan produk asuransi syariah

Dari kedua tabel diatas dapat kita simpulkan bahwa:

- a. Nilai R square persamaan regresi pertama sebesar 0,912 artinya variabel yang berhubungan dengan kesadaran dan kepercayaan memiliki pengaruh sebesar 91,2% terhadap niat konsumen untuk menggunakan produk asuransi syariah.

- b. Nilai R square naik menjadi 0,921 atau 92,1% setelah adanya variabel moderasi (variabel pendidikan) pada persamaan.
- c. Adanya variabel pendidikan (sebagai variabel moderasi) akan dapat memperkuat atau meningkatkan pengaruh variabel kesadaran dan kepercayaan terhadap variabel niat menggunakan barang asuransi syariah, dengan demikian dapat dikatakan bahwa “Hipotesis diterima”.

## **G. Interpretasi Hasil Penelitian**

### **1. Pengaruh Kesadaran Terhadap Intensi Penggunaan Produk Asuransi Syariah**

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel kesadaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan produk asuransi syariah, hal ini terlihat dari uji t hitung 4,427 dengan signifikansi 0,000 dan nilai koefisien sebesar 0,681. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran berpengaruh positif terhadap penggunaan produk asuransi syariah di Jl Gaharu Kelurahan Durian kecamatan Medan Timur

Kesadaran berasuransi mencerminkan kondisi individu yang mengerti tentang suatu produk asuransi, yang dalam konteks penelitian ini adalah asuransi Syariah. Aspek yang paling disadari oleh masyarakat adalah dikarenakan mayoritas responden mengetahui bahwa asuransi Syariah merupakan kategori instrumen keuangan yang menerapkan prinsip-prinsip dan nilai Syariah dalam model bisnisnya. Hal ini tidak terlepas dari terminologi Syariah yang digunakan pada produk-produk asuransi yang memang sudah sangat kuat berkonotasi dengan komunitas Islam. Uji t dengan signifikansi 0,000 dan nilai koefisien 0,681 menunjukkan bahwa variabel kesadaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan menggunakan produk asuransi syariah berdasarkan temuan penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran mempengaruhi penggunaan produk asuransi syariah di Jl Gaharu, Desa Durian, Kecamatan Medan Timur secara menguntungkan.

Tingkat pemahaman individu terhadap produk asuransi tercermin dari kesadaran berasuransinya. Yang dimaksud dengan “asuransi” dalam penelitian ini adalah asuransi syariah. Fakta bahwa mayoritas responden mengetahui bahwa asuransi syariah adalah kelas produk keuangan yang memasukkan prinsip dan nilai syariah ke dalam model bisnisnya menunjukkan komponen yang paling banyak diketahui orang. Ini dan bahasa Syariah yang digunakan dalam produk asuransi saling terkait erat. Istilah-istilah yang berkaitan dengan syariah memiliki implikasi yang sangat negatif dalam masyarakat Islam. Masyarakat menyadari bahwa asuransi syariah dapat membantu keuangan keluarga saat sudah tidak bekerja lagi, sehingga membutuhkan perlindungan asuransi syariah. Dengan ikut asuransi syariah, mereka bisa hidup nyaman dan tanpa rasa khawatir saat sudah lanjut usia, dan asuransi juga bisa mendorong hidup hemat untuk kepentingan tabungan masa depan keluarga.

Temuan studi Dwinanda (2020), yang mengklaim bahwa kesadaran memiliki dampak yang dapat diabaikan pada klien asuransi syariah, tidak sependapat dengan yang satu ini. Walaupun keinginan untuk mendapatkan asuransi syariah benar-benar menurun dengan setiap kenaikan tingkat pengetahuan responden, namun pengaruhnya sangat minim. Artinya, tingkat minat masyarakat untuk menjadi nasabah asuransi syariah tidak ditentukan oleh tingginya tingkat kesadaran terhadap produk tersebut.

### **2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Intensi Penggunaan Produk Asuransi Syariah**

Menurut temuan studi, kepercayaan memiliki pengaruh yang menguntungkan dan cukup besar terhadap niat konsumen untuk menggunakan produk asuransi syariah. Uji t 6,011 menunjukkan bahwa memiliki signifikansi 0,000 dan nilai koefisien 0,864. Hal ini menunjukkan bahwa di Jir Gahar Kelurahan Dorian Kecamatan Medan Timur kepercayaan memiliki pengaruh yang baik dan cukup besar terhadap kecenderungan untuk menggunakan produk asuransi syariah.

Kepercayaan mengukur sejauh mana klien memiliki kepercayaan pada bisnis atau produk asuransi syariah. Para responden kurang meyakini bahwa produk asuransi syariah mampu mengatasi masalah yang dihadapi dan produk asuransi syariah bersikap terbuka apa adanya terhadap konsumen, dan ada juga responden kurang setuju terhadap produk asuransi syariah memberikan perlindungan dan jaminan yang baik terhadap konsumen,.

Dalam hal ini, perusahaan asuransi syariah harus memberikan bukti komponen kejujuran sebagai dasar kepercayaan yang relatif kuat untuk jawaban tipikal. Kejujuran dalam menjelaskan biaya dan bahaya yang terlibat dalam asuransi adalah bagian dari pilar kontrak Syariah yang harus diikuti oleh manajer dalam

bisnis keuangan, termasuk asuransi. Selain itu, asuransi syariah harus terus bekerja keras untuk memenuhi semua tuntutan jaminan yang diajukan oleh klien mereka. Beberapa orang percaya tidak ada perbedaan. Bahkan jika mereka memiliki berbagai nama produk, banyak item yang sebanding. Misalnya, bisnis Islam mengacu pada akumulasi pendapatan, bukan riba, yang merupakan istilah yang digunakan dalam perusahaan tradisional. Sebenarnya, pengalaman beberapa responden menunjukkan bahwa pungutan keuntungan yang dikenakan oleh lembaga keuangan syariah seringkali lebih besar daripada sistem bunga.

Hasilnya sejalan dengan Dwinanda (2020) yang menemukan bahwa kepercayaan secara signifikan tetapi hanya sedikit meningkatkan kecenderungan responden untuk membeli asuransi syariah. kata. Peningkatan tingkat kepercayaan responden dapat mengakibatkan kecenderungan yang lebih besar untuk membeli asuransi syariah. Hal ini berimplikasi bahwa nasabah lebih cenderung untuk menjadi nasabah suatu bisnis atau produk asuransi syariah yang lebih bereputasi. Sebaliknya kecenderungan untuk menjadi nasabah akan menurun jika masyarakat tidak mempercayai organisasi dan produk asuransi syariahnya. Hal ini diperkuat dengan penelitian Siska (2018) yang menunjukkan bahwa pilihan nasabah untuk membeli asuransi akan dipengaruhi oleh tingkat kepercayaannya, atau dengan kata lain kepercayaan mempengaruhi keputusan konsumen. Pelanggan yang percaya bahwa asuransi syariah menawarkan layanan yang baik dapat membuktikannya.

### **3. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Intensi Penggunaan Produk Asuransi Syariah**

Berdasarkan temuan penelitian ini, pengetahuan memiliki pengaruh yang kecil dan kecil terhadap niat konsumen untuk menggunakan produk asuransi syariah, yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi uji  $t$ -1,010 dan nilai koefisien -0,224. Hal ini menunjukkan bahwa niat memanfaatkan produk asuransi syariah di Jl Gaharu Desa Durian Kecamatan Medan Timur tidak dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pengetahuan.

Pengetahuan menunjukkan pengetahuan dan pemahaman responden tentang perusahaan dan produk asuransi syariah. Menurut temuan penelitian, beberapa responden setuju bahwa asuransi syariah menggunakan struktur bagi hasil dan kontrak bantuan timbal balik, yang keduanya legal menurut hukum Islam. Termohon juga sependapat bahwa asuransi syariah bebas dari riba (bunga), maisir (perjudian), dan gharar dan ahli waris akan mendapatkan penggantian asuransi sebesar manfaat yang ditetapkan jika mereka meninggal dunia dalam waktu perjanjian asuransi (ketidakpastian). Namun, beberapa tanggapan tidak yakin bahwa perusahaan asuransi menjalankan aktivitasnya sesuai dengan hukum Islam yang didasarkan pada Al-Quran dan Hadits.

Hasil ini bertentangan dengan penelitian Idris (2018) yang mengklaim bahwa pengetahuan mencakup pengetahuan tentang keputusan pembelian konsumen yang dilakukan konsumen untuk memutuskan apakah akan menjadi pelanggan atau tidak. Penelitian Rhawaini (2016) yang menunjukkan bahwa informasi memiliki pengaruh parsial terhadap pilihan menjadi klien mendukung hal tersebut. Oleh karena itu, upaya yang dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan antara lain dengan melakukan sosialisasi, memasang iklan di media massa, dan mengadakan seminar yang pada akhirnya akan meningkatkan keputusan untuk memilih produk asuransi syariah. Bagi nasabah asuransi syariah, pengetahuan merupakan faktor penentu tinggi rendahnya keputusan menjadi nasabah.

### **4. Pengaruh Kesadaran Dan Kepercayaan Terhadap Intensi Penggunaan Produk Asuransi Syariah**

Uji ANOVA, uji F, dan signifikansi 0,000 untuk uji F menunjukkan menurut temuan penelitian bahwa faktor kesadaran dan kepercayaan berpengaruh positif dan substansial terhadap niat menggunakan produk asuransi syariah. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan menggunakan produk asuransi syariah di Jl Gaharu Desa Durian Kecamatan Medan Timur dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh awareness dan trust.

Hasil ini konsisten dengan studi oleh Rasheed et al. (2018) dan Tajuddin & Mulazid (2017), yang sampai pada kesimpulan bahwa minat nasabah untuk menggunakan produk asuransi syariah tergantung pada seberapa baik kesadaran dan keyakinan mereka terhadap produk tersebut. Secara umum, pengetahuan masyarakat tentang asuransi syariah cukup banyak, namun sayangnya pelaku bisnis asuransi syariah kurang agresif dalam melakukan transaksi dan menyebarkan informasi yang akan mendorong individu untuk menjadi nasabahnya. Kemampuan perusahaan asuransi syariah untuk menegakkan komitmen mereka kepada klien merupakan aspek penting lain yang harus ditangani oleh bisnis. Penyedia asuransi syariah harus berhati-hati untuk tidak memberi janji berlebihan kepada publik, tetapi mereka juga harus berusaha semaksimal mungkin untuk menepati janji mereka kepada klien.

## **5. Pengaruh Kesadaran Terhadap Intensi Penggunaan Produk Asuransi Syariah Dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderating**

Pengaruh pendidikan sebagai variabel moderasi, dengan  $t$  hitung  $3,406 > t$  tabel  $1,661$  pada ambang batas signifikan  $5\%$ , terhadap niat menggunakan produk asuransi syariah diperoleh nilai  $p$   $0,001$   $0,05$ , menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  adalah diterima sebagai penjelasan yang lebih mungkin. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan pendidikan berpengaruh besar terhadap niat masyarakat untuk memanfaatkan produk asuransi syariah di Jl Gaharu Kelurahan Durian Kecamatan Medan Timur.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa, meskipun berdampak besar, komponen kesadaran dimitigasi oleh pengetahuan. Dalam skenario ini, pengetahuan berperan sebagai faktor moderasi yang selanjutnya memperkuat pengaruh kesadaran terhadap keinginan membeli asuransi syariah karena kesadaran pada dasarnya memiliki dampak langsung dan cukup besar terhadap niat. Temuan ini memungkinkan penerimaan hipotesis keempat. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, sebagian besar warga Jln. Gaharu, Kelurahan Duarian, Kecamatan Medan Timur yang menjadi peserta kajian, mengetahui keberadaan penyedia asuransi syariah dan barang-barangnya, menjadikan dampak moderat yang tercipta menjadi menguntungkan.

Hasil ini menguatkan kesimpulan Fauzi (2017) bahwa pengetahuan merupakan unsur terpenting kedua yang menentukan minat seseorang dalam memanfaatkan produk perbankan syariah. Selain itu, hasil ini sejalan dengan temuan penelitian Yuliawan (2011) yang menyatakan bahwa informasi tidak dapat memacu pelanggan untuk bertindak dengan cara yang baik. Fakta penelitian ini menunjukkan sebaliknya.

## **6. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Intensi Penggunaan Produk Asuransi Syariah Dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderating**

Dengan pendidikan sebagai variabel moderasi dan  $t$  hitung  $4,487 > t$  tabel  $1,661$  pada taraf signifikan  $5\%$ , dapat ditunjukkan bahwa  $p$   $0,000$   $0,05$  merupakan pengaruh kepercayaan terhadap keinginan menggunakan produk asuransi syariah. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa sementara  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa niat untuk memanfaatkan produk asuransi syariah di Jl Gaharu Kecamatan Durian Kecamatan Medan Timur dipengaruhi secara signifikan oleh kepercayaan dan pendidikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur kepercayaan yang dikendalikan oleh pengetahuan secara signifikan meningkatkan keinginan responden untuk membeli asuransi syariah di Jl. Kayu Gaharu, Desa Durian, Kecamatan Medan Timur. Pada skenario ini, faktor pengetahuan mampu meredam peningkatan pengaruh kepercayaan yang menguntungkan terhadap niat untuk mendapatkan asuransi syariah. Kepercayaan itu sendiri secara langsung memengaruhi niat dengan cara yang cukup besar.

Dengan demikian, adalah mungkin untuk mengadopsi hipotesis keenam. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata responden survei di Jl Gaharu, Desa Durian, Kecamatan Medan Timur mengetahui adanya perusahaan asuransi syariah dan barangnya, yang menjadi dasar dari hasil yang kurang baik tersebut. Akibatnya, pengetahuan sekarang dapat menurunkan peningkatan dampak niat pada kepercayaan.

Hasil ini bertentangan dengan penelitian Fadli di tahun 2017 yang menemukan bahwa komponen pengetahuan memiliki pengaruh paling kecil dalam menciptakan minat konsumen. Namun temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Syahriyal (2018) yang menunjukkan sebaliknya bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap tingkat minat konsumen.

## **Kesimpulan**

Temuan berikut diperoleh setelah membahas penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh pengetahuan sebagai variabel moderating dan kesadaran serta kepercayaan terhadap keinginan menggunakan produk asuransi syariah di Jl. Desa Durian Garahu, Kecamatan Medan Timur:

1. Niat memanfaatkan produk asuransi syariah di Jl Gaharu Desa Durian Kecamatan Medan Timur dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kesadaran.  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, seperti pada uji  $t$ .
2. Niat memanfaatkan barang asuransi syariah di Jl. Kayu Gaharu Desa Durian Kecamatan Medan Timur dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kepercayaan. Mirip dengan bagaimana  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak dalam uji  $t$

3. Niat menggunakan produk asuransi syariah di Jl. Gaharu, Desa Durian, Kecamatan Medan Timur, tidak terpengaruh oleh pendidikan. H1 ditolak sedangkan Ho diterima, seperti pada uji t.
4. Di Jl. Gaharu Desa Durian Kecamatan Medan Timur kesadaran dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan menggunakan barang asuransi syariah. H1 disetujui sedangkan Ho ditolak dalam uji F, seperti yang dapat dilihat.
5. Di Jl. Gaharu Desa Durian Kecamatan Medan Timur pengetahuan memoderasi pengaruh kesadaran terhadap keinginan menggunakan barang asuransi syariah. Uji Moderated Regression Analysis (MRA) menunjukkan bahwa keberadaan variabel pendidikan (sebagai variabel moderasi) dapat memperkuat atau meningkatkan pengaruh variabel awareness terhadap variabel niat menggunakan produk asuransi syariah. Seperti dapat dilihat pada t, H1 diterima dan Ho ditolak.
6. Di Jl. Gaharu Desa Durian Kecamatan Medan Timur pengetahuan memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap keinginan menggunakan produk asuransi syariah. Uji Moderated Regression Analysis (MRA) menunjukkan bahwa keberadaan variabel pendidikan (sebagai variabel moderasi) dapat memperkuat atau meningkatkan pengaruh variabel kepercayaan terhadap variabel niat menggunakan produk asuransi syariah. Seperti dapat dilihat pada t, H1 diterima dan Ho ditolak.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Amrin, *Meraih Berkah Melalui Asuransi Syariah Ditinjau dari Perbandingan dengan Asuransi Konvensional* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2011)
- Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah dalam Perspektif kewenangan Peradilan Agama*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012)
- Alex Prayogo Analisis Pengaruh Kesadaran Merk, Asosiasi Merk, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merk terhadap Preferensi Merk dan Niat Beli pada Pasta Gigi Cle Up di Surabaya. (Skripsi. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. 2013))
- AM. Hasan Ali, *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam Suatu Tinjauan Analisis Historis, Teoritis & Praktis* (Jakarta: Kencana, 2004)
- Amin, H., A.R.A. Rahman, S.L. Sondoh Jr., dan A.M.C Hwa.. Determinants of customers' intention to use islamic personal financing – the case of Malaysian Islamic Banks. (Journal of Islamic Accounting and Business Research, 2(1) 2011)
- Arizal, N. dan A.Suci. *Model of building micro and small enterprises's (MSE) trust on baitul maal wat tamwil in Indonesia*. Advances in Global Business Research, 13(1), 2016
- Azhari Akmal Tarigan, dan Dkk. *Buku Panduan Penulisan Skripsi*. (Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, 2016)
- Budi Sutedjo Dharma Oetomo dkk, *I-CRM membina relasi dengan pelanggan.com*, (Yogyakarta: Andi OFFSET, 2003)
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Al Hidayah, 2002)
- Duranto. *Strategi Menakhlukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001)
- Dwinanda Delanuari & M.Nur, Pengaruh Kesadaran, Norma Subyektif Dan Kepercayaan Terhadap Intensi Menggunakan Produk Asuransi Syariah Dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderasi Di Pekanbaru, Jurnal (2020).
- Fauzi Arif Lubis, *Preferensi Masyarakat Al-Washliyah Terhadap Asuransi Syariah Di Sumatera Utara*, (Medan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, 2020)
- Fauzy, Achmad. Variabel Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Pesantren Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta. (Journal of Economics and Business Aseanomics, vol. 2, No. 1, 2017).
- Hafidz, AM.M., S. Sya'roni dan Marlina. Pengaruh reference group dan marketing mix terhadap minat menggunakan produk KJKS/BMT di Kota Pekalongan. (Jurnal Penelitian, 10(2), 2013).



- Husnul Khotimah, dkk, Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor pada Efek Syariah di Pasar Modal (Survei pada Nasabah PT Danareksa Sekuritas Cabang FE-UI Depok)
- Imam Abi 'Abdillah Muhammad bin Ismail Ibnu Ibrahim bin Maghfiroh Bardzabah al-Bukhari Al-Ja'fiyyi, Sahih Buhari Kitab Diyat (Beirut: Darul Kutub Al-'Ilmiyah) 1992)
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006)
- Islam, J.U., dan Rahman, Z. Awareness and Willingness towards Islamic Banking among Muslims: An Indian Perspective. (International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, vol. 10, No. 1, 2017)
- Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019)
- Muhammad Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*, ( Jakarta: Pustaka Amani)
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT, RajaGrafindo Persada, 2016.
- Nashruddin Baidan dan Erwati Aziz, *Etika Islam Dalam Bisnis* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014)
- Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: Febi UIN-SU Press, 2016)
- OJK (Otoritas Jasa Keuangan). *Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah Indonesia* (2017-2019).
- Pakpahan, Dewi Rafiah. Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Perilaku Masyarakat Pada Bank Syariah di Wilayah Kelurahan Sei Sikambing. (Jurnal AtTawassuth, vol. 3, No. 3, 2017).
- Purwanto Suharyadi, *Statistik Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004)
- Rasheed et. al. *Principle Of mechanics: Fundamentals University Physics*. Saudi Arabia. IEREK *Interdisciplinary Series for Sustainable Development* 2018
- Respati, Yogi. Pangsa kontribusi asuransi syariah. Diakses dari <http://keuangansyariah.mysharing.co/pangsa-kontribusiasuransisyariah-tembus-6/2022>.
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, cet 2, 1999)
- Schiffman dan Kanuk *Perilaku Konsumen (Edisi ketujuh)*. Jakarta: PT. Indeks, 2000)
- Siska Wahyu Darusman, Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Dan Mutu Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Asuransi Jiwa Syariah BumiPutera TulungAgung (2018)
- Sri Hermawati, Pengaruh Gender, Tingkat Pendidikan, dan Usia Terhadap Kesadaran Berasuransi Pada Masyarakat Indonesia, AAMAI Jurnal Asuransi dan Manajemen Risiko Vol. 1 No 1 (Februari 2013)
- Stela Timbuleng dan Jacky S. B.Sumarauw, "Etos Kerja, Disiplin Kerja, Dan Komitmen Organisasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Hasjrat Abadi Cabang Manado, (Jurnal Emab 3 no 2 (2015))
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010)
- Tahiyati, Azka. Meneropong arah perkembangan industri keuangan syariah tahun 2021. Diakses dari <https://fossei.org/2017/04/16/me-neropong-arah-perkembanganindustri-keuangan-syariah-tahun-2021/>
- Tajuddin & Mulazid. Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (MabRur) Bank Syariah Mandiri KCP.Sawangan Kota Depok. Jurnal 2017
- Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2002)
- Wawan dan Dewi, *Teori & Pengukuran Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Manusia*, (Yogyakarta: Nuha Medika, 2010)
- Widyaningsih, dkk. *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana Media Group, 2006)
- Yandono, P.E., U. Burhan, M. Khusaini dan K. Ashar. The meaning of trust by shohibul maal and mudharib in mudharabah financial contract. (International Journal of Economy Research, 5(1), 2014).
- Yulian, E. Pengaruh pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Jabar Syariah cabang Bandung. (Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil, 1(1), 2011)
- Zulifah Chikmawati, "Pelaksanaan SIMP (Soliditas, Integritas, Metalitas, Prefisonalitas) untuk Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan," Sustainable Competitive Advantage-7 (SCA-7) FEB UNSOED. (2017)