

Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di PT Takaful Keluarga Serang

Khusnul Khotimah^{1*}, Suryani², Ikin Ainul Yakin³

Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten^{1,2,3}

Main Author's E-Mail Address / *Correspondent Author : suryani@uinbanten.ac.id

Correspondence: suryani@uinbanten.ac.id | Submission Received : 27-04-2025; Revised : 12-06-2025; Accepted : 29-07-2025; Published : 30-06-2026

Abstract

The purpose of this study is to identify the influence of education level, income, and product knowledge on the interest in becoming a customer at PT Takaful Keluarga Serang Branch. This study is a study that applies quantitative methods, uses primary data as a source of information, and relies on questionnaires for data collection. The sample selection was carried out by purposive sampling, for the number of samples in this study taking 90 respondents who were used as research samples based on the results of the calculation of the Slovin formula used. Data analysis techniques used include classical assumption tests, multiple linear regression tests, and hypothesis testing. The findings from partial hypothesis testing indicate that the variable of education level influences the interest in becoming a customer at PT Takaful Keluarga Serang Branch, as shown by the calculated t value of $3.155 > t$ table 1.666 with a significance level of $0.002 < 0.05$. Income influences the interest in becoming a customer at PT Takaful Keluarga Serang Branch, as shown by the calculated t value of $3.020 > t$ table 1.666 with a significance level of $0.003 < 0.05$. Product knowledge influences the interest in becoming a customer at PT Takaful Keluarga Serang Branch, as shown by the calculated t value of $2.562 > t$ table 1.666 with a significance level of $0.012 < 0.05$.

Keywords: Education Level, Income, Interest, Product Knowledge

Abstrak

Tujuan dari studi ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh dari tingkat pendidikan, pendapatan dan pengetahuan produk terhadap minat menjadi nasabah di PT Takaful Keluarga Cabang Serang. Penelitian ini merupakan sebuah penelitian dengan mengaplikasikan metode kuantitatif, menggunakan data primer sebagai sumber informasi, dan mengandalkan kuesioner untuk pengumpulan data. Pemilihan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*, untuk jumlah sampel dalam penelitian ini mengambil sebanyak 90 responden yang dijadikan sampel penelitian berdasarkan hasil perhitungan rumus slovin yang digunakan. Teknik analisis data yang digunakan mencakup uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis. Temuan dari pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel tingkat pendidikan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di PT Takaful Keluarga Cabang Serang, sebagaimana ditunjukkan nilai t hitung $3.155 > t$ tabel 1.666 dengan taraf signifikansi $0.002 < 0.05$. Pendapatan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di PT Takaful Keluarga Cabang Serang, sebagaimana ditunjukkan nilai t hitung $3.020 > t$ tabel 1.666 dengan taraf signifikansi $0.003 < 0.05$. Pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

PT Takaful Keluarga Cabang Serang, sebagaimana ditunjukkan nilai t hitung $2.562 > t$ tabel 1.666 dengan taraf sigifikansi $0.012 < 0.05$.

Kata kunci: Minat, Pendapatan, Pengetahuan Produk, Tingkat pendidikan

INTRODUCTION

Perkembangan asuransi syariah di Indonesia mengalami perkembangan sangat pesat, dengan banyaknya perusahaan yang berdiri di berbagai daerah dan memiliki cabang-cabangnya sendiri. Pertumbuhan yang sangat pesat dipicu oleh mayoritas penduduk di Indonesia yang memeluk agama islam, yang menyebabkan tingginya permintaan akan asuransi syariah. Dengan demikian, masyarakat semakin familiar dengan asuransi syariah. Kemajuan yang signifikan ini menjadi sebuah pencapaian bagi umat muslim dan juga menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang stabil.

Perusahaan-perusahaan saat ini mulai merambah keberbagai sektor, karena populasi muslim di Indonesia yang besar dipandang sebagai pasar potensial untuk pertumbuhan asuransi syariah. Dalam penjelasannya mengenai pedoman umum asuransi syariah, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mengungkapkan bahwa asuransi syariah adalah metode untuk melindungi dan membantu berbagai pihak yang berinvestasi dalam bentuk aset, atau *tabarru*, yang menyediakan sistem pengembalian guna mengatasi bahaya atau risiko tertentu dengan perjanjian sesuai dengan prinsip syariah (Humaemah & Hillalliyati, 2023).

Secara teori, semangat yang terdapat didalam institusi asuransi tidak dapat dipisahkan dari inti tolong menolong dan kehidupan sosial. Setiap individu tidak bisa menghindari dari masalah atau risiko yang mungkin menimpa pada diri kita dikemudian hari. Manusia akan di hadapkan situasi tak terduga yang bisa mengakibatkan kerugian baik secara finansial ataupun materil. Dalam bisnis pun tidak menutup kemungkinan terjadinya risiko, seperti risiko kebakaran, kehilangan, kerusakan, dan risiko lainnya. Setiap risiko yang muncul perlu dikelola agar tidak menyebabkan kerugian yang signifikan, maka dari itu butuh perusahaan yang dapat menangani kerugian tersebut. Upaya dan usaha masyarakat agar terhindari dari risiko tersebut bisa dilakukan dengan menyerahkan risiko tersebut pada pihak lain, dalam hal tersebut ialah pemilihan perusahaan-perusahaan asuransi yang tepat (Parsaulian, 2018).

Perusahaan asuransi merupakan perusahaan yang menawarkan layanan dalam bidang jasa untuk memberikan perlindungan masyarakat dari risiko dimasa depan. Dalam kegiatannya, perusahaan asuransi menawarkan secara terbuka memberi perlindungan, rasa aman dan harapan masa depan kepada individu atau kelompok di masyarakat. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa dengan hadirnya perusahaan-perusahaan asuransi di tengah-tengah masyarakat jauh lebih memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat dibandingkan ketidakhadirannya (Nurdzakiyah, 2019).

Namun, fakta menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih kurang menjadikan asuransi sebagai prioritas dalam memenuhi kebutuhan perlindungan mereka. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang produk asuransi serta peran pentingnya dalam masyarakat. Hanya sebagian kecil orang yang menyadari bahwa asuransi merupakan salah satu cara memindahkan risiko kepada perusahaan asuransi. Dengan jumlah penduduk diperkirakan sekitar 210 juta jiwa, Indonesia adalah negara dengan populasi terbanyak di Asia Tenggara dan merupakan negara dengan komunitas muslim terbanyak di dunia. Oleh sebab itu, Indonesia

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

menjadi pasar yang signifikan untuk produk asuransi yang bertujuan melindungi individu, keluarga, dan aset pribadi. Namun, perusahaan asuransi mengalami tantangan, dimana minat masyarakat untuk menginvestasikan pada produk asuransi masih rendah dan pemahaman tentang pembelian polis juga masih terbatas. Kondisi inilah yang menyebabkan rendahnya daya tarik masyarakat terhadap asuransi (Amrin, 2011).

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh AIA Financial bersama MarkPlus Insight tahun 2011 mengungkapkan bahwa 60% warga Indonesia tidak siap untuk menghadapi risiko yang berhubungan dengan kesehatan dan kematian. Mereka tidak hanya minim dalam hal simpanan, tetapi juga tidak memiliki perlindungan asuransi untuk menjaga diri dan keluarga dari kejadian tak terduga. Hasil survei menunjukkan adanya perbedaan antara kebutuhan akan perlindungan dan jumlah dana yang ada, naik dari asuransi maupun dari tabungan, yang rata-rata mencapai 106 juta, atau 77% dari total estimasi nilai risiko. Hanya sekitar 17,5% warga di kota-kota besar di Indonesia mempunyai polis asuransi jiwa, sedangkan hanya 11,81% dari seluruh penduduk Indonesia yang mempunyai asuransi jiwa, menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Dalam industri asuransi, ada dua persoalan yang sering muncul. Pertama, minimnya pengetahuan masyarakat mengenai asuransi, yang mengakibatkan mereka tidak menyadari seberapa pentingnya perlindungan asuransi dalam mengurangi risiko. Dalam memperingati Hari Asuransi 2021, Dewan Asuransi Indonesia (DAI) menyampaikan bahwa asuransi seharusnya jadi ukuran untuk meningkatkan pengetahuan asuransi di kalangan setiap individu. Edukasi kepada publik perlu dilaksanakan di seluruh wilayah Indonesia. Program literasi bisa dilaksanakan lewat menarik minat nasabah baru. Bagi para calon nasabah juga perlu diingatkan untuk memahami dan membaca isi dari polis asuransi, termasuk beberapa ketentuan tentang pengajuan klaim di masa mendatang (Nurhayati et al., 2022).

Rendahnya minat masyarakat dalam berasuransi diakibatkan oleh kurangnya pengetahuan dan pemahaman mengenai asuransi syariah. Dengan perbedaan tingkat kesejahteraan penduduk yang kurang merata sewajarnya jika masyarakat belum menjadikan asuransi sebagai prioritas. Hal ini disinyalir menjadi penyebab rendahnya ketertarikan masyarakat terhadap asuransi (Hanafi & Agustina, 2021). Data OJK (2023) mengindikasikan bahwa pada tahun 2021, tingkat penetrasi asuransi hanya sekitar 3,18%, dengan rincian 1,19% untuk asuransi jiwa, 0,47% untuk asuransi umum, 1,45% untuk asuransi sosial, dan 0,08% asuransi yang diwajibkan. Penetrasi asuransi baru tercatat sekitar Rp 1,82 juta. Selain itu, sektor asuransi masih memiliki peran yang sangat kecil dalam perekonomian domestik, dengan aset asuransi hanya mencapai 5,8% dari PDB dan tingkat penetrasi pasar masih dibawah 4%. Untuk mencapai status sebagai negara maju, kontribusi dari industri asuransi setidaknya harus berada di angka 20% dari PDB.

Berdasarkan informasi dari Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (2020) disampaikan oleh OJK, hanya 6,9% penduduk yang mengetahui mengenai asuransi syariah. Dari jumlah tersebut, 22% telah memiliki produk asuransi dan 17,7% menunjukkan ketertarikan, sedangkan yang lainnya belum memiliki asuransi dan tidak menunjukkan minat. Data tersebut jadi tantangan tersendiri untuk perusahaan asuransi syariah agar bisa mengembangkan produknya supaya lebih menarik bagi masyarakat. Hal ini terjadi karena tingkat pengetahuan masyarakat yang masih tentang asuransi masih rendah. Pengetahuan mencakup semua yang diketahui individu tentang suatu objek melalui pengalaman dengan panca indera (Nurdzakiyah,

2019). Sebuah penelitian mengungkapkan bahwa mayoritas orang hanya memahami asuransi sebagai cara untuk menanggulangi risiko kematian. Akibatnya, masyarakat beranggapan bahwa asuransi yang mereka beli hanya akan memberikan manfaat setelah tertanggung meninggal dunia (Hermawati, 2019).

Terdapat beberapa elemen yang mempengaruhi ketertarikan minat setiap individu untuk memperoleh produk asuransi jiwa, baik datang dari dalam mereka sendiri ataupun dari luar. Elemen yang datang dari dalam mereka sendiri mencakup pendapatan, pendidikan, usia, jenis pekerjaan, kepercayaan diri, dan pemahaman mengenai keuangan. Pendapatan memiliki dampak pada ketertarikan masyarakat terhadap produk asuransi, Dimana semakin tinggi penghasilan atau asset, kemungkinan kerugian atau kerusakan harta benda juga semakin besar. Tingkat penghasilan berkaitan dengan dengan jenis pekerjaan yang dijalani. Seseorang yang memiliki pekerjaan dengan risiko rendah cenderung kurang tertarik untuk memiliki asuransi jiwa sebab merasa dalam keadaan aman dan pekerjaannya tidak berhubungan dengan risiko seperti kecelakaan atau pemutusan hubungan kerja.

Selain itu, tingkat pendidikan dapat mempengaruhi setiap individu untuk tidak membeli asuransi karena mereka melihat kehidupan penuh ketidakpastian. Selain itu, individu dengan pendidikan yang rendah kurang memahami betapa pentingnya asuransi jiwa akibat kurangnya akses terhadap informasi. Situasi ini diperburuk oleh fenomena bonus demografi, di mana dua pertiga dari populasi terdiri dari usia produktif penduduk dan hanya 6 sampai 7% generasi milenial yang sudah mempunyai asuransi, banyak diantara mereka kurang memahami dan menyadari pentingnya asuransi. (Everlin & Dahlan, 2020).

Faktor lain yang berperan terhadap minat masyarakat dalam berasuransi yaitu pemahaman tentang keuangan. Berdasarkan data dari OJK, sebagian besar Masyarakat, terutama dari kalangan milenial memiliki pemahaman keuangan yang rendah yaitu hanya 32,1%. Selain itu, ada pengaruh dari keyakinan dari setiap individu akan asuransi jiwa itu sendiri, di mana 26,6% dari mereka yang memiliki asuransi jiwa menunjukkan tingkat kepercayaan yang cukup tinggi (Everlin & Dahlan, 2020).

Masyarakat tentu menginginkan hidup tenang meskipun dihadapkan risiko. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi hal ini ialah dengan melimpahkan risiko kepada pihak lain melalui manajemen risiko, dengan cara memindahkan risiko yang dimiliki individu kepada pihak lain. Pengelolaan risiko sangat penting agar dapat menghindari kerugian, mengurangi efek negatif dari risiko, dan melindungi diri. Salah satu bentuk pengelolaan risiko adalah dengan memiliki asuransi. oleh karena itu, ikut serta dalam asuransi merupakan pilihan yang tepat untuk mengelola risiko.

Setiap manusia pada dasarnya akan selalu dihadapkan pada risiko dalam hidupnya. Risiko ini bisa berpotensi membahayakan jiwa dan harta. Bentuk risiko yang dihadapi setiap individu adalah kemungkinan jatuh sakit. Diharapkan setiap individu dapat mengatur risiko sakit ini agar ketika hal tersebut terjadi, mereka tidak akan mengalami kerugian yang signifikan. Asuransi kesehatan adalah salah cara yang baik untuk mengatasi risiko tersebut (Hadi Pratama et al., 2023).

Permasalahan dalam pemahaman masyarakat mengenai asuransi kesehatan tidak bisa dipisahkan dari beragam pandangan yang beranggapan bahwa setiap individu harus lebih mandiri, khususnya di wilayah pedesaan yang masih dipengaruhi oleh nilai-nilai agama saat memikirkan aspek hukum dalam asuransi. Jika dibandingkan dengan negara-negara lain,

tingkat pemahaman masyarakat Indonesia tentang asuransi sangat terbatas. Dalam proses literasi tentang pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap asuransi, ternyata masih ada kelompok masyarakat di Kota Serang yang belum mengetahui tentang pentingnya asuransi. Masyarakat di Kaligandu, Serang, Banten masih kurang melek kepada asuransi, hal tersebut disebabkan karena minimnya sosialisasi dari pihak lembaga asuransi dalam mengedukasi dan memberikan literatur pemahaman yang lengkap dan cukup mengenai asuransi (Asmayawati, 2019).

Salah satu lembaga atau perusahaan yang bergerak dalam bidang asuransi di Kota Serang, Banten adalah perusahaan Takaful Keluarga. Perusahaan Takaful Keluarga merupakan sebuah pelapor perusahaan asuransi jiwa syariah yang berada di Indonesia. Sejak tahun 1994 Takaful keluarga sudah mulai beroperasi dalam dunia asuransi syariah, Takaful keluarga sudah mampu mengembangkan banyak berbagai produk asuransi yang berguna untuk memenuhi kebutuhan perasuransian di Indonesia yang berbasis syariah.

Perkembangan Jumlah Nasabah Asuransi Produk Perlindungan Jiwa PT Takaful Keluarga Cabang Serang Tahun 2019-2023

Tahun	Jumlah Nasabah
2019	226
2020	197
2021	109
2022	89
2023	52

Sumber : Asuransi Takaful Keluarga Cabang Serang

Berdasarkan Tabel 1.1 mengenai perkembangan jumlah nasabah PT Takaful Keluarga cabang Serang memiliki perbedaan jumlah nasabah pada setiap tahunnya dari tahun 2019 hingga 2023. Pada tahun 2019 perusahaan mendapatkan nasabah jumlah sebanyak 226, tahun 2020 mendapatkan nasabah sebanyak 197, tahun 2021 mendapatkan nasabah sebanyak 109, tahun 2022 mendapatkan nasabah sebanyak 89 dan tahun 2023 merupakan tahun paling sedikit dalam penerimaan nasabah yaitu hanya sebanyak 52 nasabah saja. Jika dilihat dari masing-masing tahun, perkembangan jumlah nasabah mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan bahwa ada faktor yang menyebabkan daya beli nasabah atau minat nasabah untuk membeli produk asuransi menurun. Hal ini mendorong peneliti untuk meneliti lebih lanjut apakah tingkat pendidikan, pendapatan dan pengetahuan mempengaruhi penurunan jumlah nasabah PT Takaful Keluarga cabang Serang setiap tahunnya.

Penelitian sebelumnya (Bukhari et al., 2021) menggambarkan variabel tingkat pendidikan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat. Tetapi berbanding terbalik dengan studi (Tirtana & Bayu, 2019) menunjukkan variabel tingkat pendidikan tidak mempengaruhi minat. Selanjutnya penelitian terdahulu yang dilakukan (Rahayu, 2021), menggambarkan bahwa variabel pendapatan mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih asuransi pendidikan anak. Namun berbanding terbalik dengan penelitian (Hanafi & Agustina, 2021), menyatakan bahwa variabel pendapatan tidak mempengaruhi minat masyarakat dalam berasuransi. Selanjutnya penelitian terdahulu yang dilakukan (Sari et al., 2022), menggambarkan bahwa variabel variabel pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat mengikuti asuransi. Namun berbanding terbalik dengan penelitian (Adri, 2023), yang menyatakan variabel pengetahuan produk tidak mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah.

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan kajian lebih lanjut untuk menganalisis pengaruh variabel tingkat pendidikan, pendapatan, dan pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di PT Takaful Keluarga. Sehingga penulis membuat judul penelitian “Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di PT Takaful Keluarga Cabang Serang”.

LITERATURE REVIEW

Tingkat Pendidikan

Pendidikan yaitu suatu proses yang bertujuan untuk mengubah cara berpikir dan sikap seseorang atau sekumpulan orang agar mencapai kedewasaan melalui pengajaran dan pelatihan, yang mencakup langkah-langkah dan teknik Pendidikan (Yussuf, 2018). Suharjo menjelaskan bahwa tingkat pendidikan ditentukan oleh fase perkembangan peserta didik dan tujuan yang ingin dicapai serta tingkat kesiapan yang telah dikembangkan. Tingkat pendidikan mempengaruhi sudut pandang seseorang. Semakin tingginya jenjang pendidikan seseorang, semakin mudah individu atau kelompok tersebut untuk memahami informasi dan mengaplikasikannya dalam perilaku serta aktivitas sehari-hari. (Basyid et al., 2020).

Pendapatan

Pendapatan yaitu uang yang diperoleh seseorang dalam jangka waktu tertentu. Pendapatan dapat diartikan sebagai total uang yang didapat dari pekerjaan yang biasanya dihitung tiap tahunan atau bulanan. Pendapatan adalah salah satu elemen penting dalam ekonomi karena memiliki kemampuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Dengan demikian, pendapatan dapat mencerminkan posisi ekonomi keluarga dalam masyarakat. Tingkat pendapatan menunjukkan tingkat daya beli konsumen. Daya beli konsumen juga dapat digunakan untuk menggambarkan jumlah barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen dan keluarga mereka. Ini berarti, jika pendapatan seseorang meningkat, maka kemampuan belinya juga bertambah dan sebaliknya, apabila pendapatannya menurun, maka kemampuan belinya pun ikut menurun (Azzochrah et al., 2019).

Pengetahuan

Pengetahuan adalah informasi yang tersimpan dalam ingatan konsumen dan sebagian besar menentukan perilaku konsumen. Bagi pemasar pengetahuan konsumen sangat penting dikarenakan pengetahuan konsumen berdampak pada pilihan membeli dan pembelian selanjutnya. Saat konsumen memiliki wawasan yang luas, mereka mampu mengambil keputusan yang lebih baik, memproses informasi dengan tepat dan akurat, serta mengingat informasi dengan lebih baik (Desi, 2023).

Minat

Minat adalah perasaan yang muncul dari rasa suka dan ketertarikan pada aktifitas atau hal tertentu yang muncul dari dorongan diri sendiri tanpa adanya suruhan dari orang lain (Setyorini et al., 2022). Minat yaitu salah satu bagian dari perilaku konsumen yang berasal dari sikap yang dibangun oleh individu sebelum memutuskan membeli (Dama, 2016). Schiffman dan Kanuk menjelaskan bahwa minat adalah keadaan psikologis yang berdampak besar pada perilaku. Penilaian yang diberikan konsumen terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh pemahaman

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

mereka mengenai kinerja nyata produk tersebut, sehingga konsumen yang berencana membeli suatu produk akan dipengaruhi oleh informasi yang mereka dapatkan (Regiansa & Mubarak, 2020)

METHOD

Penelitian ini salah satu penelitian yang bersifat kuantitatif. Tujuan dari studi ini yaitu untuk menganalisis pengaruh variabel bebas dan variabel terikat. Populasi yang teliti adalah nasabah dari PT Takaful Keluarga Cabang Serang, sebanyak 643 nasabah. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability* melalui *purposive sampling*. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner pada para responden. Sebelum kuesioner disebarkan, penulis melakukan pengujian instrumen terlebih dahulu yaitu pengujian validitas dan reabilitas. Metode analisis data mencakup pengujian asumsi klasik, pengujian regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis. Uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat mencerminkan sampel sebagai representasi yang tepat dari populasi. Uji regresi linear berganda digunakan mengidentifikasi pengaruh atau hubungan antara beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus umum dari regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

RESULTS AND DISCUSSION

RESULTS

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi mengetahui apakah sisa dari model regresi mengikuti distribusi normal. Data akan dinilai teredistribusi normal abila nilai signifikansi lebih dari 0,05.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		90	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.36436474
Most Extreme Differences	Absolute	.065	
	Positive		.043
	Negative		-.065
Test Statistic			.065
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Hasil dari pengujian normalitas ditunjukkan pada tabel diatas. Ini berarti bahwa angka tersebut melebihi 0,05 dan nilai signifikansi 0,200, artinya nilai tersebut melebihi 0,05. Oleh sebab itu, data yang didapat pada penelitian ini dianggap mengikuti distribusi normal serta dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut melalui pendekatan statistik regresi.

Uji Multikolinearitas

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

Uji multikolinearitas yaitu pengujian menentukan apakah model regresi telah berhasil mengidentifikasi adanya hubungan antara variabel independen. Untuk menganalisis multikolinearitas, kita bisa melihat hubungan antar variabel serta menghitung nilai *VIF* atau *Variance Inflation Factor*. Dikatakan multikolinearitas apabila nilai *tolerance* melebihi 0,01, yang mengindikasikan tidak ada hubungan antara variabel independen yang melebihi 95%, dan nilai *VIF* atau *Variance Inflation Factor* dibawah 10 yang menandakan bahwa variabel bebas yang digunakan bersifat reliabel dan objektif (Ginting & Silitonga, 2019).

Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.949	1.530		1.928	.057		
X1	.461	.146	.337	3.155	.002	.393	2.547
X2	.433	.143	.341	3.020	.003	.351	2.846
X3	.169	.066	.214	2.562	.012	.642	1.559

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel yang ditampilkan, bisa dilihat hasil pengujian multikolinieritas berlangsung sesuai dengan setiap variabel yang menunjukkan nilai toleransi variabel lebih besar dari 0,01 serta nilai *VIF* < 10. Sehingga dikatakan data tersebut tidak adanya gejala atau masalah multikolinieritas dalam model regresi.

Uji Heteroskestisitas

Uji heteroskedastisitas, uji yang berfungsi untuk memeriksa apakah sisa-sisa dari model regresi memiliki varians yang konsisten. Dalam studi ini, prosedur Glejser diterapkan sebagai metode pengujian untuk uji heteroskedastisitas. Proses pengujian dilakukan dengan meregresikan nilai mutlak residu terhadap variabel independen (bebas). Agar terhindar dari masalah heteroskedastisitas, nilai signifikan untuk setiap variabel independent (bebas) harus melebihi 0,05. Apabila nilai tersebut lebih tinggi dari 0,05, maka dapat asumsikan model regresi tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas (Assidiqi, 2023).

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	3.123	.914			3.417	.001
Pendidikan	.103	.087	.197		1.180	.241
Pendapatan	-.135	.086	-.279		-1.581	.118
Pengetahuan	-.037	.039	-.123		-.941	.350

a. Dependent Variable: ABS_RES

Dari tabel yang ditampilkan, memperlihatkan pada setiap masing-masing variabel mempunyai nilai signifikansi yang melebihi 0,05. Diketahui nilai signifikansi pada variabel tingkat pendidikan adalah 0,241, yang menandakan tidak terdapat heteroskedastisitas pada variabel tingkat pendidikan, nilai signifikansi untuk variabel pendapatan adalah 0,1180, yang

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

membuktikan tidak adanya heteroskedastisitas pada variabel pendapatan dan nilai signifikansi untuk variabel pengetahuan produk adalah 0,350, yang menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas pada variabel pengetahuan produk.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda berfungsi mengetahui apakah adanya keterkaitan serta bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.949	1.530		1.928	.057
	Pendidikan	.461	.146	.337	3.155	.002
	Pendapatan	.433	.143	.341	3.020	.003
	Pengetahuan	.169	.066	.214	2.562	.012

a. Dependent Variable: Minat

Tabel diatas yang ditampilkan memperlihatkan hasil uji analisis regresi linear berganda, dapat dituliskan rumus regresi dari tabel coefficient sebagai berikut:

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

$$Y = 2,949 + 0,461 X_1 + 0,433 X_2 + 0,169 X_3 + e$$

Hasil Uji Hipotesis

Uji Koefesien Determinasi

Uji koefesien dertiminasi yaitu pengujian yang berfungsi untuk mengetahui besar presentase variasi variabel independent terhadap variabel dependent.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.784 ^a	.615	.602	2.40525

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan, Pendidikan, Pendapatan

Dari tabel diatas nilai R square sebesar 0,60 atau sekitar 60% mengindikasikan bahwa tingkat pendidikan, pendapatan dan pengetahuan produk memiliki pengaruh terhadap minat untuk menjadi nasabah PT. Takaful Keluarga cabang Serang. Sementara itu, sisa 40% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (F), berfungsi menilai pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara bersamaan. Uji simultan dianggap berpengaruh apabila nilai F hitung dihasilkan lebih tinggi dari pada nilai F tabel. Sebaliknya, apabila nilai F hitung lebih rendah dari nilai F tabel, maka dapat dinyatakan tidak berpengaruh.

ANOVA^a

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	794.570	3	264.857	45.782	.000 ^b
Residual	497.530	86	5.785		
Total	1292.100	89			

a. Dependent Variable: Minat

Hasil tabel diatas memperlihatkan nilai F adalah 45.782 dengan tingkat signifikansi 0,000, artinya nilai signifikansinya kurang dari 0,05, dengan demikian masing-masing dari setiap variabel yaitu tingkat pendidikan, pendapatan dan pengetahuan produk mempengaruhi secara simultan terhadap minat menjadi nasabah.

Uji Parsial (Uji T)

Uji pasial (uji T) berfungsi menilai apakah variabel independen (bebas) mempengaruhi variabel dependen (terikat).

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.949	1.530		1.928	.057
Pendidikan	.461	.146	.337	3.155	.002
Pendapatan	.433	.143	.341	3.020	.003
Pengetahuan	.169	.066	.214	2.562	.012

a. Dependent Variable: Minat

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan pengujian angka signifikansi setiap masing-masing variabel yaitu sebagai berikut:

- 1) Variabel tingkat pendidikan (X1) mendapatkan nilai t hitung sebesar 3,155 yang lebih besar dari t tabel 1,666 dengan tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$, dengan demikian tingkat pendidikan secara parsial berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah.
- 2) Variabel pendapatan (X2) mendapatkan nilai t hitung sebesar 3.155 yang lebih besar dari t tabel 1,666 dengan tingkat signifikansi $0,003 < 0,05$, dengan demikian pendapatan secara pasial berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah.

Variabel pengetahuan produk (X3) mendapatkan nilai t hitung 2,562 yang lebih besar dari t tabel 1,666 dengan tingkat signifikansi $0,012 < 0,05$, dengan demikian pengetahuan produk secara parsial berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah

DISCUSSION

Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Minat Menjadi Nasabah

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa tingkat pendidikan mempengaruhi minat untuk menjadi nasabah, sehingga hipotesis H1 diterima. Hasil uji t parsial memperlihatkan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,002, serta nilai t hitung yang mencapai 3,155, yang melebihi nilai t tabel sebesar 1,666. Oleh karena itu, H1 diterima, yang mengindikasikan variabel tingkat pendidikan memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat untuk menjadi nasabah di PT Takaful Keluarga Cabang Serang.

Temuan ini serupa dengan studi Agustina (2022) yang mengungkapkan tingkat pendidikan memiliki minat untuk menjadi peserta asuransi syariah. Penelitian Priadi (2019) juga mendukung hal ini, dengan menemukan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh terhadap keputusan untuk membeli asuransi syariah. Teori yang diajukan Joseph Eisenhauer dan Halek mengungkapkan pengetahuan yang didapatkan melalui pendidikan dapat membentuk sikap dan keinginan untuk memiliki asuransi, sehingga pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berasuransi. Individu dengan latar belakang jenjang pendidikan lebih tinggi cenderung mempunyai pandangan serta sikap positif dan menyadari adanya ketidakpastian dalam hidup, yang membuat mereka lebih mungkin untuk membeli asuransi. Pendidikan merupakan faktor penting yang memengaruhi ketertarikan masyarakat terhadap asuransi. Dengan kata lain, semakin tingginya jenjang pendidikan seseorang maka semakin besar pula keinginan mereka dalam memahami informasi mengenai asuransi syariah (Muslim et al., 2022).

Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Menjadi Nasabah

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua, diperoleh temuan pendapatan mempengaruhi minat untuk menjadi nasabah, sehingga hipotesis H2 diterima. Dapat dilihat berdasarkan hasil uji t parsial yang memperlihatkan nilai signifikansi di bawah 0,05 yaitu 0,003, serta nilai t hitung yang mencapai 3,020, yang lebih tinggi daripada nilai t tabel sebesar 1,666. Dengan demikian, H2 diterima, yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara parsial terhadap minat untuk menjadi nasabah di PT Takaful Keluarga Cabang Serang.

Temuan ini serupa dengan studi Fajriansyah (2020), yang menunjukkan pendapatan mempengaruhi minat untuk menjadi peserta asuransi syariah. Pendapat Sumarwan juga mendukung hal ini, yang menyatakan bahwa kemampuan beli konsumen akan meningkat seiring dengan bertambahnya penghasilan. Dengan meningkatnya kemampuan beli, konsumen akan memiliki lebih banyak produk dan jasa yang konsumsi serta dibeli.

Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menjadi Nasabah

Berdasarkan pengujian hipotesis ketiga, memperoleh hasil variabel pengetahuan produk memiliki pengaruh minat menjadi nasabah, sehingga H3 diterima. Hal ini terlihat dari uji t parsial yang menunjukkan nilai signifikansi dibawah dari 0,05 yakni sebesar 0,012 dan nilai t hitung mencapai 2,562, yang lebih tinggi dari nilai t tabel yang sebesar 1,666. Dengan demikian H3 diterima, yang menunjukkan secara parsial variabel pengetahuan produk mempengaruhi minat menjadi nasabah di PT. Takaful Keluarga cabang Serang.

Temuan ini sejalan dengan studi oleh Hanafi dan Agustina (2021) mengungkapkan bahwa pengetahuan produk mempengaruhi ketertarikan masyarakat dalam berasuransi syariah. Hasil tersebut didukung oleh studi Setyorini et al., (2022) menemukan adanya ketertarikan masyarakat akan asuransi syariah yang dipengaruhi oleh pemahaman produk. Ini menunjukkan bahwa ketertarikan terhadap asuransi semakin bertambah seiring dengan peningkatan pengetahuan yang baik. Hal tersebut sejalan teori Ujang Sumarwan menjelaskan semakin luas pengetahuan yang dimiliki seseorang, semakin percaya diri ia dalam mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk. Pemahaman nasabah mengenai asuransi syariah, pengetahuan perusahaan asuransi syariah yang beroperasi sesuai dengan syariat islam dan pemahaman

nasabah tentang produk asuransi syariah yang ditawarkan, perjanjian asuransi yang disepakati, dan manfaat asuransi yang diterima adalah kunci. Dengan demikian, nasabah akan merasa yakin dalam memilih asuransi syariah.

Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menjadi Nasabah

Berdasarkan pengujian hipotesis keempat yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan, pendapatan, dan pengetahuan produk secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap minat untuk menjadi nasabah, hipotesis H4 diterima. Hasil pengujian F menghasilkan nilai t sebesar 45,782 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang berada di bawah 0,05. Dengan demikian, H4 diterima, yang mengindikasikan tingkat pendidikan, pendapatan, dan pengetahuan produk mempunyai pengaruh terhadap minat untuk menjadi nasabah di PT Takaful Keluarga Cabang Serang.

Temuan tersebut sejalan dengan studi Muslim et al., (2022) yang mengungkapkan tingkat pendidikan, pendapatan, dan pengetahuan produk secara bersama-sama mempengaruhi terhadap permintaan asuransi. Hal tersebut memperlihatkan semakin tinggi jenjang pendidikan, pendapatan, dan pengetahuan produk, maka ketertarikan untuk berasuransi syariah juga semakin meningkat

CONCLUSION

Berdasarkan temuan yang didapat selama proses pengumpulan, pengolahan, dan analisis data, dapat disimpulkan secara parsial tingkat pendidikan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di PT Takaful Keluarga Cabang Serang sebagaimana ditunjukkan nilai t hitung $3.155 > t$ tabel 1.666 dengan taraf signifikansi $0.002 < 0.05$. Pendapatan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di PT Takaful Keluarga Cabang Serang, sebagaimana ditunjukkan nilai t hitung $3.020 > t$ tabel 1.666 dengan taraf signifikansi $0.003 < 0.05$. Pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di PT Takaful Keluarga Cabang Serang, sebagaimana ditunjukkan nilai t hitung $2.562 > t$ tabel 1.666 dengan taraf signifikansi $0.012 < 0.05$. Secara simultan tingkat pendidikan, pendapatan dan pengetahuan produk berpengaruh bersama-sama terhadap minat menjadi nasabah di PT Takaful Keluarga Cabang Serang sebagaimana dapat ditunjukkan nilai t sebesar 45.782 dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Takaful Keluarga Cabang Serang perlu meningkatkan strategi pemasaran dan edukasi serta memperluas pemahaman masyarakat mengenai produk-produk asuransi syariah. Untuk penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi minat menjadi nasabah seperti kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah atau persepsi terhadap nilai-nilai religius

REFERENCE

- Adri, T. N. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bumdes Cahaya*. 2(1), 70–89.
- Agustina, N. E. (2022). *Pengaruh Tingkat Pemahaman dan Penghasilan terhadap Minat Menjadi Peserta Asuransi Syariah (Studi Kasus Pelaku Usaha di Pasar Ciomas Kabupaten Serang Banten)*. Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hsanuddin Banten.

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

- Amrin, A. (2011). *Meraih Berkah Melalui Asuransi Syariah Ditinjau Dari Perbandingan Dengan Asuransi Konvensional*. PT. Elex Media Komputindo.
- Asmayawati, A. (2019). *Tingkat pemahaman masyarakat kaligandu kota serang banten terhadap asuransi syariah*. Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Assidiqy, J. (2023). *Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah, Tingkat Pendidikan Serta Persepsi Risiko Terhadap Minat Generasi Milenial Kabupaten Klaten Dalam Menggunakan Produk Asuransi Syariah*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Azzochrah, N. A., Wahab, A., & Ridwan, S. (2019). *Telaah Hukum Ekonomi Islam Terhadap pendapatan Istri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga*. *Jurnal Syariah Dan Hukum*, 17(2).
- Basyid, A., Sutikno, B., & Dwiharto, J. (2020). *Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Pengalaman Kerja terhadap Kinerja Karyawan*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akutansi (Jurnal JEMA)*, 5(1), 13.
- Bukhari, E., Narpati, B., & Fikri, A. W. N. (2021). *Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung (Studi Kasus Pada Warga 07 Kampung KB Marga Mulya Bekasi Utara)*. *Jurnal Ilmiah Akutansi Dan Manajemen (JIAM)*, 17(1).
- Dama, D. (2016). *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Laptop Acer di Toko Lestari Komputer Manado*. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), 503–514.
- Desi. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Produk, Promosi, Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bsi (Studi Masyarakat Kelurahan Padang Lambe)*. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Everrlin, S., & Dahlan, K. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Dan Minat Pembelian Milenial Terhadap Asuransi Jiwa*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 5(2).
- Fajriansyah, O. (2020). *Pengaruh Pengetahuan dan Penghasilan Terhadap Minat Menjadi Peserta Asuransi Syariah (Studi Kasus Driver Gojek Indonesia Dikota Serang, Provinsi Banten)*. Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Ginting, M. C., & Silitonga, I. M. (2019). *Pengaruh Pendanaan Dari Luar Perusahaan Dan Modal Sendiri Terhadap Tingkat Profitabilitas pada Perusahaan Property And Real Estate Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Manajemen*, 5(2), 195–204.
- Hadi Pratama, P., Arbitera, C., Regita Miolda, P., Ghifary, H., Aini, N., Rania Annisa, S., Nazla Prasetyo, N., Fajri Madani, J., Putri Febriyanti, H., Aulia Maghfiroh, S., Nur Afifah, T., Azzam Yusuf, H., Humaira Syarif, S., Dawina Putri, A., Studi, P. S., Masyarakat, K., Ilmu Kesehatan, F., & Pembangunan, U. (2023). *Pemahaman Masyarakat Pedesaan terhadap Manfaat Asuransi Kesehatan di Indonesia: Literature Review*. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 7(1), 1149–1156.
- Hanafi, & Agustina, L. A. (2021). *Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Produk Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Dalam Berasuransi Syariah (Studi Pada Desa Kabandungan Kabupaten Sukabumi)*. *Jurnal Asuransi Syariah*, 7(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.32678/sijas.v7i1.4742>
- Hermawati, S. (2019). *Kesadaran Masyarakat Indonesia Akan Asuransi Jiwa*. Skripsi Program Studi Akutansi.
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2020). *Asuransi Syariah Capai Pertumbuhan Produktif 2020*. *KNEKS Insight*, 9, 10.
- Muslim, H. ya, Abdullah, M. F., & Aksari, F. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Asuransi BPJS Ketenagakerjaan Pada Pekerja Sektor Formal*

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

- Kota Probolinggo. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 6(2), 314–324. <https://doi.org/10.22219/jie.v6i2.20636>
- Nurdzakiyah. (2019). *Pengaruh Tingkat Pengetahuan Masyarakat Terhadap Asuransi Syariah*. Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Nurhayati, N., Wijaya, R., Kunawangsih, T., & Kusuma, A. (2022). Literasi Asuransi Bagi Masyarakat Desa Mangun Jaya Tambun Selatan. *As-Sidanah : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 212–220. <https://doi.org/10.35316/assidanah.v4i2.212-220>
- OJK. (2023). *Prospek Insurtech di Indonesia*.
- Parsaulian, B. (2018). Prinsip Dan Sistem Operasional Asuransi Syariah (Ta'min, Takaful Atau Tadhamun) Di Indonesia. *Jurnal Ekonomika Syariah*, 2(2).
- Priadi, A. D. (2019). *Pengaruh Pendapatan, Tingkat Pendidikan, Dan Kesehatan Terhadap Keputusan Nasabahmemilih Jasa Asuransi*. UIN Raden Intan Lampung Press.
- Rahayu, I. Y. (2021). *Analisis Faktor Yang Memiliki Pengaruh Paling Besar Terhadap Minat Masyarakat Dalam Memilih Auransi Pendidikan Anak*. IAIN Bengkulu.
- Ratu Humaemah dan Najmi Hillalliyati. (2023). *Persepsi Masyarakat Madani. Jurnal Syar ' Insurance (Sijas)* (Vol. 9, Issue 1).
- Regiansa, A., & Mubarak, D. A. A. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Yamaha NMAX di Kota Bandung). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 24–38. <https://doi.org/10.47747/jismab.v1i1.11>
- Sari, I., Sirait, N., & Inayah, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Minat Mengikuti Asuransi Dana Pendidikan pada Perusahaan Asuransi Syariah. *ManBiz: Journal of Management and Business*, 2(1), 81–95. <https://doi.org/10.47467/manbiz.v2i1.1794>
- Setyorini, W., Khotimah, S., Destiya Ripana, D., Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Produk Asuransi Kecelakaan Diri Terhadap Minat Berasuransi Di PT. Askrimdo Cabang Pangkalan Bun (Studi Kasus : Masyarakat Desa Panopa Yang Bekerja di Kebun Karet dan Sawit)*. 10(2), 117–124.
- Tirtana, & Bayu, G. (2019). *Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Keluarga serta pengetahuan produk perbankan Syariah terhadap minat menabung di Bank Syariah pada Perangkat Desa Di Kecamatan Wonosari Kabupaten Gunungkidul*. 1, 105–112.
- Yussuf, M. (2018). *Pengantar Ilmu Pendidikan*. Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo.