

## **Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah**

**Rama Muhamad Pramudya**

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta  
rama.muhamad@upnvj.ac.id

**Mira Rahmi\***

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta  
mirarahmi@upnvj.ac.id

*\*Penulis Korespondensi*

---

Diterima: 23 Mei 2022

Direvisi: 8 Juni 2022

Dipublikasikan: 10 Juli 2022

### **Abstract**

*Risk is something that cannot be predicted when it occurs and can cause a loss. Efforts to protect yourself become a necessary action to minimize the losses incurred. The millennial generation's concern for insurance is still lacking and tends to be more concerned with lifestyle than efforts to protect themselves by having insurance. This study aims to analyze the effect of insurance literacy, religiosity, and service quality on the millennial generation's interest in using sharia insurance. This study uses a quantitative approach, by collecting primary data taken through a questionnaire instrument with a total sample of 148 respondents. The data analysis technique used regression analysis with SPSS analysis test tool. The findings of this study indicate that the variables of insurance literacy, religiosity and service quality have a significant effect on the millennial generation's interest in using sharia insurance. Furthermore, partially found in this research that the religiosity variable has no effect on the millennial generation's interest in using sharia insurance. This research is expected to contribute to providing an overview of the relationship between insurance literacy, religiosity and views on service quality in the sharia insurance industry in increasing the sharia insurance market, especially among millennials.*

**Keywords:** *Literacy; Millennial; Service Quality; Sharia Insurance; Religiosity*

### **Abstrak**

Risiko merupakan hal yang tidak dapat diprediksi kapan terjadi dan dapat menimbulkan sebuah kerugian. Upaya memproteksi diri menjadi sebuah tindakan yang diperlukan guna meminimalisir kerugian yang ditimbulkan. Kepedulian generasi milenial terhadap asuransi dirasa masih kurang dan cenderung lebih mementingkan gaya hidup daripada upaya memproteksi diri dengan memiliki asuransi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi asuransi, religiusitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan asuransi syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan menghimpun data primer yang diambil melalui instrumen kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 148 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi dengan alat uji analisis SPSS. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi asuransi, religiusitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah. Selanjutnya secara parsial ditemukan dalam penelitian ini bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memberikan gambaran mengenai keterkaitan literasi asuransi, religiusitas serta pandangan terhadap kualitas pelayanan pada industri asuransi syariah dalam meningkatkan pasar asuransi syariah, khususnya di kalangan milenial.

**Kata Kunci:** Asuransi syariah; Kualitas Pelayanan; Literasi; Milenial; Religiusitas

## PENDAHULUAN

Di dalam kehidupan manusia tentunya akan selalu dihadapkan dengan peristiwa serta risiko yang tidak dapat diprediksi dan dapat menimbulkan berbagai macam kerugian. Risiko merupakan kemungkinan terjadinya suatu hal yang tidak diinginkan terjadi yang menimbulkan kerugian. (Irfan et al., 2020). Di Indonesia terdapat suatu lembaga yang dapat membantu menjamin dan atau proteksi atas risiko yang ditimbulkan yakni asuransi. Perkembangan asuransi berkembang pesat di beberapa negara di dunia bahkan juga masuk berkembang di sebagian besar negara yang mayoritas penduduknya Islam. Perkembangan lembaga-lembaga keuangan non-bank dengan prinsip syariah kini mulai meluas sampai ke berbagai wilayah dan juga pelosok tanah air, namun masyarakat masih belum banyak mengenal mengenai asuransi syariah.

**Tabel 1. Perkembangan Asuransi Syariah Nasional (dalam triliun)**

Keterangan	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Aset	22,364	26,519	33,244	40,52	41,915	45,453
Kontribusi	9,181	10,449	12,028	13,995	15,369	16,704
Klaim	2,989	3,342	4,336	4,958	7,583	10,605
Investasi	19,457	23,07	28,807	35,31	36,969	39,846

Sumber: knks.go.id (2019)

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah aset, kontribusi, klaim dan juga investasi secara keseluruhan dari tahun 2014-2019 terus mengalami peningkatan. Namun perkembangan asuransi syariah di Indonesia tidak disertai dengan pemahaman kesadaran akan pentingnya memproteksi diri dari risiko. Menurut *website* resmi dari (OJK 2019) masyarakat Indonesia kurang memahami dan mengenal dengan produk asuransi syariah menjadi penyebab utama ketidakpahaman terhadap asuransi syariah dimana terdapat pandangan bahwa membeli asuransi seperti percuma dan asuransi jiwa itu tidak wajib (OJK, 2019). Oleh karenanya budaya asuransi masih belum terlalu dominan (melekat) di tengah masyarakat, dimana masih banyaknya masyarakat yang berfikir jika dana khusus yang dipakai sebagai persiapan guna mengatasi musibah yang tidak dapat diprediksi mempersiapkan dana tersebut dalam bentuk tabungan atau membeli emas bukan dalam bentuk menggunakan produk asuransi dan atau menjadi nasabah asuransi.

**Tabel 2. Indeks Literasi Keuangan Sektoral 2016-2019**

NO	Sektor	2016	2019
1	Perbankan	28,9%	36,12%
2	Perasuransian	15,8%	19,4%
3	Dana Pensiun	10,9%	14,13%
4	Lembaga pembiayaan	13,0%	15,17%
5	Penggadaian	17,8%	17,81%
6	Pasar Modal	4,4%	4,92%

Sumber: ojk.go.id (2019)

Literasi asuransi syariah adalah bentuk nyata sebagai wujud dalam upaya pergerakan yang bermaksud untuk mendukung pertumbuhan keuangan syariah di Indonesia (Ramadion, et al., 2021). Pemahaman dan juga kesadaran masyarakat menjadi kunci utama yang menjadi jalan untuk menuju pertumbuhan asuransi syariah di Indonesia. Namun disayangkan masih minimnya masyarakat atau penduduk Indonesia yang paham betul akan apa saja manfaat yang dapat di peroleh dari asuransi syariah yang bisa dirasakan. Dari hasil survei indeks literasi keuangan sektoral pada Tabel 2, menunjukkan bahwa literasi keuangan fokus dalam sektoral perasuransian berada pada angka 19,4% artinya, dalam hal ini dari setiap 100 orang penduduk di Indonesia, yang mengetahui industri atau lembaga jasa non-bank yakni lembaga perasuransian hanya sekitar 19 orang saja. Angka ini jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan indeks literasi keuangan pada sektoral perbankan.

Pemahaman terhadap pentingnya memproteksi diri generasi milenial dinilai lebih *concern* mewujudkan gaya hidup urban ketimbang melakukan proteksi diri melalui asuransi. Milenial juga cenderung berperilaku yang berbeda dari generasi sebelumnya. *The Indonesian Millenials Report (IMR) 2019* menghadirkan fakta menarik bahwa kaum milenial lebih banyak menghabiskan uang untuk hiburan daripada asuransi (Siregar, 2019). Menurut Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), terkait dengan sikap kaum milenial dan minat mereka untuk membeli asuransi jiwa, kaum milenial masih kurang peduli untuk memiliki asuransi jiwa, minat milenial masih rendah yang artinya sikap setuju kaum milenial masih sangat rendah (Nurfadilah, 2018). Namun, menurut (Wardhana, 2019), kaum milenial kini semakin setuju dengan asuransi jiwa dilihat dari hasil survei *Alvara Reserch Center* pada tahun 2016 menunjukkan bahwa sebanyak 48,5% kaum milenial perkotaan dan kelas menengah sudah memiliki asuransi. Literasi keuangan dinilai menjadi faktor penting dalam meningkatkan fokus pada asuransi. Keterbukaan informasi dan koneksi dengan banyak sumber informasi membuat generasi milenial sadar sepenuhnya akan asuransi.

Dari hasil sensus penduduk, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa dari hasil survei sepanjang Februari-September 2020 jumlah generasi milenial mencapai 69,90 juta jiwa atau 25,87 persen dari total penduduk di Indonesia (BPS, 2020). Sementara, segmentasi nasabah asuransi syariah tersebar mulai dari orang tua sampai dengan remaja. Karena pada ketentuannya setiap manusia tidak bisa terlepas dari risiko dan membutuhkan proteksi untuk dirinya dan juga keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial dapat dipandang menjadi target pasar yang potensial dan dengan perkembangan perusahaan asuransi syariah seharusnya generasi milenial dapat menjadi peluang bagi perusahaan asuransi guna peningkatan perkembangan asuransi syariah di Indonesia.

Berdasarkan kondisi yang tergambar pada fenomena tersebut, diketahui bahwa secara garis besar jumlah perusahaan asuransi syariah semakin meningkat namun masih belum dibarengi dengan pemahaman dan kesadaran akan memproteksi diri. Dengan begitu, pengenalan terhadap asuransi menjadi hal penting dalam meningkatkan pertumbuhan perkembangan asuransi syariah di Indonesia dengan memanfaatkan

potensi peluang pangsa pasar dari kalangan milenial. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mengulas lebih lanjut mengenai minat generasi milenial dalam menggunakan asuransi syariah. Novelty pada penelitian ini adalah fokus kajian pada kalangan generasi milenial yang menjadi bonus demografi Indonesia yang mencapai seperempat dari total penduduk. Angka tersebut merupakan pangsa pasar yang cukup besar untuk dikaji, sehingga penelitian ini diharapkan dapat menjadi gerbang pembuka penelitian-penelitian lanjutan untuk meningkatkan dan mengembangkan asuransi syariah di Indonesia.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Minat**

Minat pelanggan adalah rasa preferensi dan rasa keterkaitan dengan sesuatu atau aktivitas dengan tanpa diminta. Minat beli adalah proses pengambilan keputusan pembelian, biasanya dieksekusi oleh seseorang dalam hal ini ialah permintaan dan proses informasi konsumen (Komarudin, 1994, hlm.94).

Minat merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen. Minat ialah komponen yang ada dalam sikap konsumen, yakni kecenderungan responden untuk mengambil keputusan pembelian yang sebenarnya dilaksanakan (Dama, 2016).

Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi minat:

1. Perbedaan pekerjaan berarti melalui perbedaan kerja seseorang dapat memperkirakan tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, kegiatan yang dilakukan, penggunaan waktu luang dan aspek kepentingan lainnya.
2. Perbedaan sosial ekonomi berarti bahwa orang dengan tingkat ekonomi tinggi lebih mungkin untuk mencapai tujuan yang mereka inginkan daripada orang yang tingkat sosial ekonominya rendah.
3. Perbedaan kesukaan/hobi berarti bagaimana seseorang menggunakan waktu luangnya.
4. Perbedaan gender berarti minat perempuan berbeda dengan laki-laki, misalnya dalam pola berbelanja.
5. Perbedaan usia berarti bahwa anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua, memiliki perbedaan usia dan minat yang berbeda dalam kegiatan benda dan orang.

Menurut Kinneer dan Taylor, minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku pelanggan dalam sikap mengonsumsi, kecenderungan konsumen untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilakukan (Septiani, 2017).

Faktor utama yang memengaruhi minat beli dan perilaku pembelian menurut (Kotler, P., & Keller, 2016) adalah sebagai berikut:

1. Faktor kebudayaan seperti yang terdiri dari kultur, subkultur, kelas sosial.
2. Faktor sosial yang seperti kelompok, referensi keluarga, peran dan status.
3. Faktor pribadi seperti umur, jabatan, keadaan, ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian.
4. Faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap.

## Asuransi Syariah

Asuransi atau dalam bahasa Belanda *assurantie* yang artinya ialah “perlindungan”, hukum dalam Belanda kata *verzekering* memiliki kandungan arti yang kembar dengan kata *assurantie*, selanjutnya timbul istilah lain, yakni perkembangan dari kata tersebut menjadi *assurateur* yang mengandung arti “penjamin”, serupa dengan hal tersebut kata *verzekering* juga berkembang menjadi *verzekerde* yang artinya “tertanggung” (Rodoni & Fathoni, 2019,p.134).

Secara etimologi asuransi syariah jika di dalam bahasa Arab disebut dengan *at-ta'min*, dimana pihak yang menanggung disebut *mu'ammin* sementara pihak yang di tanggung disebut *mu'ammanah lahu* atau *musta'min*. Kemudian kata *at-ta'min* ini diambil dari kata *amana*, sebab mengandung arti perlindungan, ketenangan, rasa aman, serta bebas dari rasa takut (Sula, 2004,hlm.8). Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia mengartikan asuransi syariah sebagai upaya guna saling memberi pertolongan beberapa pihak dengan cara permodalan yang berupa *tabarru'* (aset) serta memberi perolehan pengembalian atas kesepakatan (akad) yang berdasar pada prinsip syariah (Ramadion, et al., 2021)

Sumber hukum utama dalam asuransi syariah yang diterangkan oleh para ulama yaitu ada empat sumber hukum yang menjelaskan asuransi syariah yakni Al-Qur'an, Sunnah, *ijma'*, dan juga *qiyas*. Kegiatan operasional dalam asuransi syariah tidak secara spesifik diatur dalam Al-Qur'an maupun sunnah. Lembaga asuransi tidak dapat menemukan aturan *ijma'* maupun *qiyas* yang ketentuannya dapat dijadikan sebagai rujukan. Walaupun demikian Al-Qur'an tetap inklusif memuat nilai – nilai dasar yang berada dalam industri asuransi, seperti hal nya nilai dasar dalam tolong menolong, kerja sama dan atau semangat dalam mencegah kerugian masa depan. Salah satu sumber hukum tersebut terdapat di QS. Al-Maidah: 2 (Ichsan, 2014, hlm.37).

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

... dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.

Ayat tersebut mengimplikasikan ajaran sikap saling bekerja sama dan saling membantu, dalam hal ini berarti dilakukan antara para peserta asuransi di mana satu sama lain saling bantu dan saling menolong guna dalam mengatasi kerugian ataupun kesulitan, kesusahan yang dirasakan karena sebab musibah yang tak terduga dialami.

Asuransi syariah menerapkan beberapa akad di dalamnya yakni (Tarmizi, 2017, hlm.298):

1. Akad *musyarakah*, akad yang diterapkan pada sesama para peserta asuransi yang memegang hak polis.

2. Akad *wakalah*, akad ini dijalankan pada perusahaan yang menugasi dalam pengelolaan dana yang terhimpun, bilamana perusahaan juga dipercaya memproses pengembangan dana maka akadnya disebut akad *mudharabah*.
3. Akad hibah yang sifatnya mengikat, akad ini berlaku pada pemegang polis dan badan dana pada perjanjian awal, yang kemudian akan mengklaim ganti rugi yang diberi badan dana yang akadnya disebut *Al iltizam*.

### **Generasi Milenial**

Istilah milenial atau *millennials* mulai dicetuskan oleh William Strauss dan Neil Howe pada tahun 1987. Mereka menciptakan istilah ini pada saat anak-anak yang lahir pada tahun 1982 masuk prasekolah. Media pada saat itu mulai menyebutnya sebagai kelompok yang terintegrasi dengan milenial baru pada saat lulus Sekolah Menengah Atas (SMA) tahun 2000. Keduanya menulis tentang kelompok ini dalam buku *Generations: The History of America's Future Generations dan Millennials Rising: The Next Great Generation* (Mansyur, 2018).

Generasi milenial adalah generasi yang muncul akibat fenomena globalisasi yang menyebar keseluruh penjuru dunia dan memunculkan generasi gadget yang lahir pada yang terlahir di antara tahun 1981-2000 dan generasi milenial biasa disebut dengan generasi Y. Menurut para peneliti, generasi yang sudah lebih dahulu ada sebelum generasi milenial adalah generasi X yang terlahir pada interval waktu sekitar tahun 1960-1980. Generasi ini memiliki beberapa karakteristik, yang diantaranya adalah menyukai risiko dan kematangan berpikir, terutama dalam pengambilan sebuah keputusan, lebih percaya kepada *User Generated Content* (UGC) daripada informasi searah, lebih memilih menggunakan ponsel pintar ketimbang televisi, milenial merasa wajib mempunyai media sosial, kurang suka membaca secara baku, cenderung kurang memiliki sifat loyal tetapi bekerja dengan efektif, lebih suka bertransaksi tidak menggunakan uang tunai, lebih melek teknologi dibandingkan orang tua, handal mempergunakan teknologi dan informasi, cenderung lebih malas dan konsumtif (Syafrida, et al., 2020). Sementara menurut Hasanuddin dan Lilik (2017) dalam buku berjudul *Milennial Nusantara*, kaum milenial merupakan orang yang lahir antara tahun 1981 hingga 2000. (Hasanuddin & Lilik, 2017).

### **Literasi Asuransi**

Literasi adalah bentuk sosialisasi pengetahuan tertentu di mana bertujuan untuk memperoleh peningkatan kemampuan pemahaman dari pengetahuan tersebut. Bentuk atau perwujudan dari literasi dalam dilakukan dengan tulisan, penyuluhan, media sosial *platform* internet dan sebagainya (Ika Mustika, Latifah, 2020). Literasi keuangan adalah suatu kemahiran seseorang dalam melakukan tindakan atau keputusan suatu hal yang berkaitan dengan keuangan secara efektif (Yushita, 2017).

Literasi asuransi penting untuk masyarakat, bila ada pelaksanaan atau dilakukannya edukasi tentang asuransi itu tujuannya untuk masyarakat luas dengan

harapan agar dapat membantu meringankan atau mengatasi risiko – risiko yang tidak bisa diprediksi atau akan terjadi (Trisadewo, 2018).

Dapat disimpulkan literasi asuransi syariah adalah suatu bentuk kegiatan guna mendukung pertumbuhan keuangan syariah pada masa yang akan datang, termasuk juga di dalamnya yakni asuransi syariah, oleh karena itu pengetahuan dan kesadaran menjadi aktor utama dalam pertumbuhannya, akan tetapi minimnya pemahaman masyarakat terhadap lembaga keuangan asuransi dan juga manfaatnya menjadi kesedihan bersama bagi para pelaku industri ini.

Menurut (Avyanna, 2016) menyebutkan bahwasanya terdapat beberapa komponen penting dari pengetahuan dan kemampuan literasi asuransi yang biasanya dituturkan dalam literatur, yakni;

1. Pengetahuan dasar dalam memahami asuransi.
2. Memahami ciri-ciri utama dari layanan dasar asuransi, sikap dalam menggunakan asuransi, serta memahami, menyadari pentingnya membaca dan memeliharanya.
3. Paham dan sadar akan mengenai risiko – risiko yang berhubungan dengan produk asuransi.
4. Mengetahui manfaat dan keuntungan serta anjuran yang didapat setelah menggunakan asuransi.

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

### **Religiusitas**

Religiusitas adalah keyakinan dan sikap pribadi terhadap adanya hal-hal yang sakral. Religiusitas adalah unsur yang memungkinkan seseorang memiliki keyakinan agama, bukan sekadar mengaku memiliki keyakinan agama. Religiusitas mencakup beberapa unsur yaitu pengetahuan agama, perilaku beragama, keyakinan beragama, praktik keagamaan, dan sikap sosial terhadap agama. Pada dasarnya, religiusitas adalah citra seseorang, yang tercermin melalui akidah, moral dan hukum islam seseorang (Rakhmat, 2015, hlm. 15).

Menurut (Ramayulis, 2002, hlm.225-228), religiusitas memiliki beberapa fungsi bagi setiap orang, beberapa diantaranya adalah:

1. Menjaga Moral Seseorang

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

2. Menjaga Frustrasi Seseorang

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

3. Memuaskan Rasa Ingin Tahu

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

Menurut Glock dan Stark (1968) dalam (Rachmatulloh, 2020) dimensi religiusitas digolongkan ke dalam 5 aspek yang kemudian dapat dijadikan sebagai indikator-indikator dari religiusitas.

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

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah kepuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk menyeimbangkan harapan pelanggan. Oleh karena itu, ada dua faktor utama yang memengaruhi kualitas layanan, yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang dirasakan (*perceived service*) (Tjiptono F. dan Chandra G., 2012, hlm.59).

Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dengan harapan pelanggan. Kualitas layanan dicapai dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta menyeimbangkan bahkan melebihi harapan pelanggan (Tjiptono F. dan Chandra G., 2012, hlm.74).

Menurut Parasuraman et al. (1988) dalam (Tjiptono F. & Chandra G., 2012, hlm.78) mengungkapkan ada 22 faktor penentu *service quality* yang spesifik ke dalam lima



faktor yang dijadikan sebagai indikator yaitu: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* yang diuraikan sebagai berikut:

1. *Reliability*/kehandalan adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara andal serta akurat. Secara garis besar, kehandalan berarti bahwa perusahaan telah memenuhi janjinya dalam hal pasokan, pemecahan masalah, dan harga. Dalam bidang jasa asuransi, pelayanan yang handal berarti agen asuransi dapat memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan membantu calon nasabah atau peserta dengan cepat menyelesaikan masalah yang dihadapinya.
2. *Responsiveness* merupakan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat. Dalam hal ini menekankan perhatian dan ketepatan waktu dalam menangani permintaan, pemecahan masalah, dan keluhan pelanggan. Kemudian, jika dikaji lebih dalam pelayanan responsif dalam asuransi, dapat terlihat dari kemampuan agen asuransi dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dengan cepat dan tepat dalam mengatasi keluhan calon nasabah/peserta asuransi.
3. *Assurance* meliputi pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dalam hal ini mungkin sangat penting dalam layanan yang membutuhkan tingkat kepercayaan yang tinggi seperti bank, asuransi dan dokter. Oleh karena itu, dalam pelayanan asuransi, kepastian menjadi hal yang sangat penting bagi calon nasabah/peserta, seperti memastikan keamanan dan kenyamanan mengikuti program asuransi.
4. *Empathy*/empati adalah semacam kepedulian dan perhatian pribadi kepada pelanggan. Inti dari empati ialah menunjukkan kepada pelanggan melalui pelayanan istimewa kepada pelanggan, kebutuhan mereka dapat dipahami dan dipenuhi. Dalam menjaga hubungan yang baik, tentunya pelayanan yang diberikan oleh agen harus menunjukkan kepeduliannya terhadap pelanggan.
5. *Tangible* penampilan fasilitas fisik, peralatan personel, dan bangunan. Dimensi ini menggambarkan bentuk fisik serta layanan yang nantinya akan diberikan kepada pelanggan. Dalam hal ini asuransi berarti agent menunjukkan pelayanan berupa kerapian penampilan, kebersihan dan kenyamanan ruang.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah generasi milenial. Penelitian ini dipilih menggunakan *purposive sampling* untuk menentukan sampel dikarenakan peneliti memiliki beberapa kriteria yang harus dipenuhi. *Purposive sampling* ialah penarikan sampel yang subjek ataupun elemennya dipilih berdasarkan karakteristik atau kualitas tertentu, serta mendiagnosis yang tidak memenuhi dari kriteria yang sudah ditentukan (Morissan, 2012, hlm.117). Pada penelitian ini kriteria sampel yang ditentukan adalah generasi milenial kelahiran tahun 1980 sampai dengan tahun 2000 baik yang sudah menggunakan produk asuransi

syariah maupun yang belum menggunakan produk asuransi syariah. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang digunakan yaitu, minat menggunakan asuransi, literasi asuransi, religiusitas, dan kualitas pelayanan. Setiap variabel diukur menggunakan indikator-indikator.

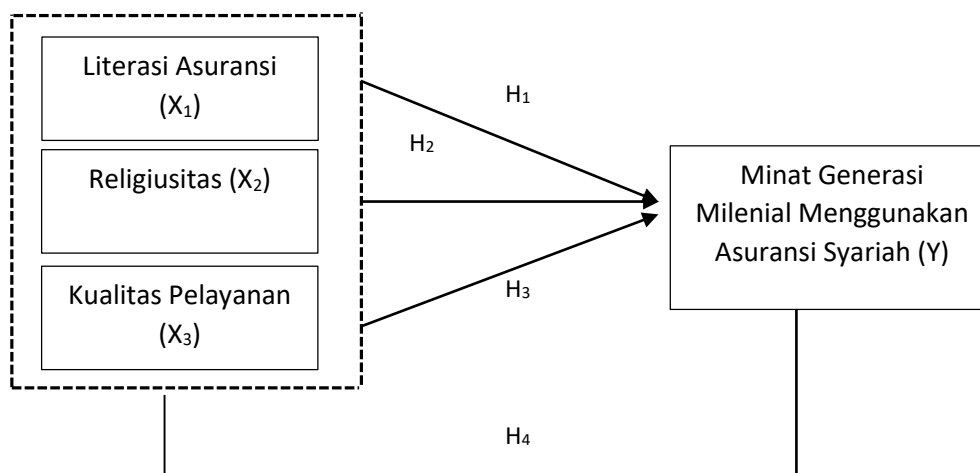
**Tabel 3. Pengukuran variabel**

Variabel	Indikator/Pertanyaan	Sumber Adaptasi
Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah (Y)	1. apakah menggunakan asuransi dapat menjadi sebuah budaya yang penting guna melindungi/memproteksi diri?	(Kotler, P., & Keller, 2016)
	2. apakah keluarga dan teman menjadi dasar sebagai referensi anda dalam menggunakan asuransi?	
	3. apakah berasuransi merupakan gaya hidup?	
	4. apakah anda percaya jika menggunakan asuransi syariah dapat memproteksi atas risiko yang terjadi?	
Literasi Asuransi (X1)	5. apakah Memiliki asuransi adalah salah satu cara guna memproteksi diri atas risiko?	(Avyanna, 2016)
	6. apakah asuransi memiliki manfaat perlindungan atas risiko?	
	7. apakah risiko menimbulkan kerugian bila dialami dan perlukah mengatasi akan hal itu dengan menggunakan asuransi?	
	8. apakah asuransi memiliki manfaat meringankan kerugian/beban yang ditimbulkan oleh risiko yang tak terduga terjadi?	
Religiusitas (X2)	9. apakah anda meyakini bahwa tiada tuhan selain allah dan nabi muhammad sebagai utusannya?	(Glock dan Stark, 1968)
	10. apakah perintah allah adalah hal yang harus dilakukan dan larangannya merupakan hal yang harus dihindari atau jangan dilakukan?	
	11. apakah anda percaya bahwa allah akan mengabulkan doa-doa anda jika anda bersungguh-sungguh	
	12. apakah anda telah mejalankan satu amalan kebaikan dalam hidup anda?	
	13. apakah anda telah menjalakan perintah ajaran agama islam?	
Kualitas Pelayanan (X3)	14. apakah pelayanan dalam asuransi syariah telah sesuai dengan yang dijanjikan?	(Parasuraman et al, 1988)
	15. apakah pelayanan dalam asuransi syariah sudah dianggap cepat tanggap?	
	16. apakah pelayanan dalam asuransi syariah sudah dianggap memiliki rasa aman dan nyaman?	
	17. apakah pelayanan dalam asuransi syariah memperdulikan para peserta/nasabahnya?	
	18. apakah pelayanan dalam asuransi syariah memiliki ruang kenyamanan?	

Sumber: Data diolah, 2021

Penelitian ini menggunakan data yang berupa angka-angka (numerik) yang biasa disebut data kuantitatif dengan penggunaan skala ordinal yakni skala likert. Sumber data

yang diperoleh dalam penelitian ini yakni data primer yang diperoleh atas hasil pengumpulan informasi melalui pemencaran angket kepada para responden yang menjadi target. Gambar 1 menunjukkan kerangka penelitian yang menggunakan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat.



**Gambar 1. Kerangka Penelitian**

Sumber: Peneliti, 2021

Data yang terkumpul melalui kuesioner diolah dan dianalisis menggunakan *software SPSS*. Pertama, uji coba dilakukan untuk memeriksa validitas dan reliabilitas instrument. Kemudian, teknik statistik yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian, termasuk uji F dan uji T.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan guna memperkirakan valid tidaknya suatu butir pernyataan pada kuesioner, hal tersebut bisa dinyatakan valid ketika item dalam pernyataan kuesioner dapat mengungkapkan persoalan dari variabel yang akan dinilai. Penentuan valid atau tidak validnya pernyataan dapat dilakukan dengan pengujian yang membandingkan nilai antara nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$  lalu untuk  $df = n - 2$ ,  $n$  merupakan jumlah sampel dan  $k$  merupakan konstruk dengan  $alpha$  0,05. Pengujian dilakukan dengan melalui nilai signifikansi 5% (0,05) di mana jika besaran nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item pernyataan pada kuesioner tersebut dapat dinyatakan valid. Pada penelitian ini  $df = 148 - 2 = 146$  sehingga  $r_{tabel}$  yang didapat adalah 0,159. Selanjutnya output yang telah peneliti uji dengan menggunakan IBM SPSS 20 sebagai berikut:

**Tabel 4. Uji Validitas**

Question	R-count	Sign	R-table	Information
Y1.1	0,761	>	0,159	Valid
Y1.2	0,768	>	0,159	Valid
Y1.3	0,672	>	0,159	Valid
Y1.4	0,700	>	0,159	Valid
X1.1	0,787	>	0,159	Valid
X1.2	0,787	>	0,159	Valid
X1.3	0,630	>	0,159	Valid
X1.4	0,769	>	0,159	Valid
X2.1	0,664	>	0,159	Valid
X2.2	0,706	>	0,159	Valid
X2.3	0,519	>	0,159	Valid
X2.4	0,775	>	0,159	Valid
X2.5	0,764	>	0,159	Valid
X3.1	0,867	>	0,159	Valid
X3.2	0,802	>	0,159	Valid
X3.3	0,894	>	0,159	Valid
X3.4	0,802	>	0,159	Valid
X3.5	0,816	>	0,159	Valid

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 4 menunjukkan bahwa dari keseluruhan pertanyaan yang berjumlah 18 pertanyaan setelah dilakukan uji ke validan/uji validitas secara keseluruhan memiliki nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) maka dapat dinyatakan hal tersebut menunjukkan seluruh pertanyaan yang mewakili variabel yang dipergunakan dalam kuesioner dinyatakan valid.

Dalam pengujian selanjutnya dilakukan uji reabilitas, uji ini dilakukan guna menelaah ukuran tingkat konsistensi atau kestabilan tiap variabel penelitian. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika dihadapkan berulang kali dengan responden yang sama dan memperoleh hasil jawaban yang sama atau konsisten. Berikut merupakan hasil atau *output* data dari uji reliabilitas yang sudah dilakukan melalui IBM SPSS versi 20.

**Tabel 5. Uji Reabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Nilai <i>loadings</i>	Information
Millennial generation				
interest	,690	4	0,60	Reliable
Insurance Literacy	,721	4	0,60	Reliable
Religiosity	,706	5	0,60	Reliable
Service quality	,893	5	0,60	Very Reliable

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil olah data yang ditunjukkan Tabel 5, didapatkan hasil yang menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* secara keseluruhan memiliki besaran nilai yang lebih dari 0,60 yang berarti dapat dinyatakan kontruk masuk dalam kategori reliabel,

maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuesioner yang ada dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Uji signifikansi simultan (Uji F) dipergunakan untuk memperlihatkan ada atau tidaknya pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk memahami hasilnya bisa melalui dua cara yaitu dengan melihat nilai signifikansi dan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Apabila nilai  $F_{hitung} >$  dari  $F_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $<$  dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dalam hal ini  $df_1 = 4 - 1 = 3$  dan  $df_2 = 148 - 4 = 144$ , maka diperoleh  $F_{tabel}$  pada penelitian ini adalah 2,68. Penjabaran hasil uji F untuk ketiga variabel bebas secara bersamaan yaitu:

**Tabel 6. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	266,409	3	88,803	35,594	,000 <sup>b</sup>
Residual	359,266	144	2,495		
Total	625,676	147			

Sumber: Data diolah, 2021

Hasil pengujian signifikansi simultan (Uji F) pada Tabel 6 diperoleh hasil uji F yaitu literasi asuransi, religiusitas dan kualitas pelayanan dengan nilai signifikansi terhadap minat sebesar  $0,000 <$  dari 0,05 dan  $F_{hitung}$  besaran nilainya sebesar  $35,594 >$  dari besaran nilai  $F_{tabel}$  dengan nilai 2,68 sehingga  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak. Maka hal ini menandakan jika literasi asuransi, religiusitas dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah.

Uji statistik t umumnya menjabarkan bagaimana hubungan satu variabel bebas secara tersendiri dalam menjelaskan keberagaman variabel terikat. Untuk memahami ketetapannya bisa melalui nilai signifikansi  $\alpha$  (0,05) dan perbandingan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  melalui uji 2 sisi, dengan *degree of freedom* =  $n - k$ ,  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah variabel. jika nilai  $t_{hitung} >$   $t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $<$  dari 0,05, dapat kesimpulan jika variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dalam hal ini  $df = 148 - 4 = 144$  dan  $t_{tabel}$  yang diraih adalah 1,976. Penjelasan hasil pengujian adalah sebagai berikut:

**Tabel 7. Hasil Uji signifikansi Parsial (Uji t)**

Model	T	Sig.
1 (Constant)	1,141	,256
Literasi Asuransi	7,400	,000
Religiusitas	,688	,493
Kualitas Pelayanan	2,001	,047

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan data pada Tabel 7 tersebut diperoleh output dari pengujian yang dijalankan dengan menggunakan program *SPSS 20* dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Variabel Literasi Asuransi

Berdasarkan uji signifikansi parsial (Uji t) diraih hasil jika nilai  $t_{hitung}$  Literasi asuransi besaran nilainya sebesar  $7,400 >$  dari besaran nilai  $t_{tabel}$   $1,976$  serta mempunyai nilai signifikansi besaran nilainya sebesar  $0,000 < 0,05$ . Karena nilai signifikansi  $<$  dari  $0,05$  dan  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$ . Bersumber dari hasil tersebut maka hipotesis yang mengemukakan “Literasi asuransi berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah” disimpulkan diterima.

2. Variabel Religiusitas

Berdasarkan uji signifikansi parsial (Uji t) diraih hasil jika nilai  $t_{hitung}$  Religiusitas besaran nilainya sebesar  $0,688 <$  dari besaran nilai  $t_{tabel}$   $1,976$  serta mempunyai nilai signifikansi dengan besaran nilainya sebesar  $0,493 > 0,05$ . Karena nilai signifikansi  $>$  dari  $0,05$  dan  $t_{hitung} <$  dari  $t_{tabel}$ . Bersumber dari hasil tersebut maka hipotesis nya ialah “Religiusitas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah”. Oleh karena maka hipotesis yang menyatakan “religiusitas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah” dapat disimpulkan ditolak.

3. Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan uji signifikansi parsial (Uji t) diraih hasil jika nilai  $t_{hitung}$  kualitas pelayanan besaran nilainya sebesar  $2,001 >$  dari besaran nilai  $t_{tabel}$  dengan nilai  $1,976$  serta mempunyai nilai signifikansi dengan besaran nilainya sebesar  $0,047 < 0,05$ . Karena nilai signifikansi  $<$  dari  $0,05$  dan  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$ . Bersumber dari hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah” disimpulkan diterima.

Dalam penelitian ini dapat dipahami bahwa tingkat literasi asuransi bersamaan dengan minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah dapat dikatakan jika semakin tinggi tingkat literasi asuransi nya maka semakin meningkat pula tingkat minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah dan begitupun sebaliknya. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya generasi milenial telah menyadari akan pentingnya memproteksi diri dan menyadari manfaat jika menggunakan asuransi syariah. Selanjutnya dalam tingkat religiusitas memperlihatkan bagaimana religiusitas ternyata tidak mempengaruhi minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah hal ini menandakan bahwa apapun agama yang dianut oleh para kaum milenial tidak mempengaruhi terhadap minat mereka menggunakan asuransi syariah karena generasi milenial sudah menyadari pentingnya memproteksi diri. Kemudian, dalam kualitas pelayanan memperlihatkan jika semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan semakin meningkat minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah.

Berdasarkan dari hasil penelitian dengan data yang diolah melalui uji t, dapat dinyatakan bahwa variabel X1 yakni Literasi Asuransi diperoleh hasil memengaruhi variabel minat dengan besaran nilai t hitung sebesar 7,400 dengan besaran nilai tersebut artinya lebih besar dari t tabel yang besaran nilainya sebesar 1,976 serta mempunyai nilai signifikansi dengan besaran nilainya sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat diambil kesimpulan jika variabel Literasi Asuransi berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah.

Dalam penelitian ini dapat dipahami bahwa tingkat literasi asuransi bersamaan dengan tingkat minat menggunakan asuransi syariah dengan kata lain semakin tinggi tingkat literasi asuransi seseorang atau yang disadari oleh kaum milenial maka, akan semakin meningkat pula minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah, begitupun sebaliknya ketika tingkat literasi asuransi seseorang menurun atau dalam kata lain tingkat literasi asuransi dikalangan kaum milenial menurun maka dapat mempengaruhi tingkat minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah. Hal tersebut memperlihatkan bahwa pada dasarnya kaum milenial paham dan sadar akan risiko yang tidak bisa ditebak kapan terjadi dan menimbulkan kerugian, sehingga mengetahui kemanfaatan jika menggunakan asuransi. Dari hasil penelitian ini dapat dikatakan mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Trisadewo, 2018) yang menyebutkan literasi asuransi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah asuransi.

Bersumber pada hasil penelitian yang telah dijalankan dengan pengujian secara parsial, selanjutnya dapat dinyatakan bahwa X2 yakni variabel Religiusitas diperoleh memengaruhi variabel minat dengan besaran nilai t hitung sebesar 0,688 di mana nilai tersebut lebih kecil dari nilai t tabel yang besaran nilainya 1,976, serta memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,493 > 0,05$ . Sehingga hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas tidak mempunyai pengaruh dan tidak signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah.

Dalam penelitian ini dapat dipahami bahwa tingkat religiusitas bersamaan dengan tingkat minat menggunakan asuransi syariah dengan kata lain walaupun tingkat religiusitas seseorang atau kaum milenial meningkat hal tersebut tidak memengaruhi minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah, begitupun sebaliknya karena variabel religiusitas tidak memiliki nilai signifikansi terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah. Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya apapun keyakinan atau religi yang dianut seseorang dalam hal ini pada kaum milenial, tidak memengaruhi terhadap minat dalam menggunakan asuransi syariah.

Berdasarkan hasil tersebut penelitian ini tidak selaras atau berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Jalaluddin, 2018) yang menyatakan religiusitas memiliki pengaruh signifikan dalam keputusan pemilihan asuransi jiwa selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Irfan et al., 2020) menyebutkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial membeli produk asuransi syariah. Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh (Rahmia, 2020)

mengutarakan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah.

Selanjutnya Berdasarkan dari hasil uji t, dapat dinyatakan bahwa variabel X3 yakni Kualitas Pelayanan diperoleh hasil memengaruhi variabel minat dengan besaran nilai t hitung sebesar 2,001 dari besaran nilai tersebut artinya lebih besar dari t tabel yang besaran nilainya sebesar 1,976 serta mempunyai nilai signifikansi dengan besaran nilainya sebesar  $0,047 < 0,05$ . Sehingga dapat diambil kesimpulan jika variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah.

Dalam penelitian ini dapat dimengerti bahwa semakin baik tingkat kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi juga tingkat minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah, begitu pula sebaliknya jika kualitas yang diberikan menurun atau kurang baik maka akan semakin menurun juga minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah. Hal ini menggambarkan bahwa generasi milenial sangat mempertimbangkan mutu dari pelayanan yang diberikan sebelum menggunakan asuransi syariah. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini selaras atau mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Saputri, 2019) dari hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah asuransi.

Bersumber dari hasil uji F, dapat dinyatakan bahwa variabel literasi asuransi, religiusitas dan kualitas pelayanan diperoleh perhitungan yang memengaruhi variabel minat secara bersama-sama dengan besaran nilai F hitung sebesar 35,594 nilai tersebut lebih besar dari nilai F tabel dengan besaran nilai sebesar 2,68. Sementara di sisi lain memiliki nilai signifikansi dibawa 0,05 yakni dengan besaran nilai yang diperoleh 0,000 artinya dapat disimpulkan bahwa variabel literasi asuransi, religiusitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah. Selanjutnya, selain itu berdasarkan nilai koefisien determinasi literasi asuransi, religiusitas, dan kualitas pelayanan dari ketiganya variabel tersebut memiliki kemampuan yang mewakili serta dapat menjelaskan variabel minat sebesar 41,4% hal ini menandakan variabel-variabel bebas cukup memberikan penjelasan guna memprediksi variabel terikat.

Minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, dalam penelitian ini dapat dikatakan bahwa literasi asuransi yang cakap, dan kualitas pelayanan yang bermutu mampu menjadi daya pikat yang berkorelasi dengan minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah. Oleh karena itu selain peran dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh agen asuransi perlu juga bantuan dari pemerintah sebagai regulator maupun para akademisi guna meningkatkan informasi dan edukasi mengenai asuransi syariah pada khususnya agar masyarakat paham akan pentingnya memproteksi diri dengan berasuransi.



## SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan terdapat beberapa kesimpulan yang dapat dijelaskan, pertama hasil uji validitas dan reabilitas variabel pengukuran pada penelitian ini yang dilihat dari hasil uji SPSS versi 20, menunjukkan bahwa keseluruhan butir pertanyaan dalam penelitian ini dikatakan valid karena memiliki nilai nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ). Selanjutnya dalam uji reliabilitas pada penelitian ini menunjukkan hasil perolehan nilai *Alpha Cronbach* yang lebih dari  $> 0,60$  yang artinya bahwa secara keseluruhan pertanyaan dalam penelitian ini adalah realibel. Kedua dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel bebas (Literasi asuransi, religiusitas, dan kualitas pelayanan) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah hal tersebut dibuktikan karena  $F_{hitung}$  besaran nilainya sebesar  $35,594 >$  dari besaran nilai  $F_{tabel}$  dengan nilai  $2,68$  dan nilai signifikannya yang lebih kecil dari  $< 0,05$ , sementara dari uji secara parsial menunjukkan bahwa dari ketiga variabel bebas hanya variabel religiusitas yang tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antara, P. M., Musa, R., & Hassan, F. (2016). Bridging Islamic Financial Literacy and Halal Literacy : The Way Forward in Halal Ecosystem. *Procedia Economics and Finance*, 37(16), 196–202.
- Avyanna, S. (2016). "Peran demografi terhadap Literasi Asuransi Syariah" (Staf Departemen Riset dan Pengembangan SEF UGM 2016).
- BPS. (2020). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Generasi (Jiwa). <https://burukab.bps.go.id/indicator/12/435/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-generasi.html>
- Dama, daniel. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Laptop Acer Di Toko Lestari Komputer Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisien*, 16(1), 50.
- Hasanuddin, & Lilik. (2017). *Milennial Nusantara*.
- Ichsan. (2014). *Pengantar Asuransi Syariah*.
- Ika Mustika, Latifah, dan R. B. P. (2020). Literasi Asuransi Pada Masa Pandemi Covid-19. *Peran Guru Dalam Membentuk Karakter Siswa Melalui Pembelajaran Kesantunan Berbahasa Di Media Sosial*, 03(01), 49–59.
- Irfan, R. jannah, Ashal, F. F., & Aulia, R. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah. *JIHBIZ :Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(1), 34.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen ((15th ed.))*. Pearson Education, Inc.
- Mansyur, U. (2018). *Belajar Memahami Bahasa Generasi Milenial*.
- Nurfadilah. (2018). *Milenial Masih Belum Peduli untuk Miliki Asuransi Jiwa*.
- OJK. (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017). [Www.Ojk.Go.Id](http://www.ojk.go.id).
- Rachmatulloh, D. P. (2020). *Pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di bank syariah: Studi pada generasi*

- milenial di Indonesia*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/23415/>
- Rakhmat, J. (2015). *Psikologi Agama : Sebuah Pengantar* (3rd ed.). Mizan Pustaka.
- Ramadion, et al. (2021). *Pengaruh Literasi Asuransi Syariah Terhadap Persepsi Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Syariah Di Jabodetabek*. 2, 158–167.
- Remund, D. L. (2010). *Financial Literacy Explicated : The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy*. 44(2), 276–295.
- Rodoni, A., & Fathoni, M. A. (2019). *Manajemen Investasi Syariah*.
- Septiani, F. (2017). *Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Pt Asuransi Jiwa Recapital Di Jakarta)*. 1(2), 274–288.
- Siregar, A. (2019). Millennial Cenderung Gak Suka menabung. *Diambil Pada 10 September 2021 Daro Website: <https://www.lidntimes.com/business/economy/ananta-fitri/survei-lms-2019-millennial-tidak-suka-menabung/5>*.
- Sula, M. S. (2004). *Asuransi Syari'ah Konsep dan Sistem Operasional*. Jakarta : GIP.
- Syafrida, I., Aminah, A., & Awaludin, T. (2020). Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah : Perspektif Nasabah Milenial *BISNIS : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah : Perspektif Nasabah Milenial. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam, June*.
- Tarmizi. (2017). *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. PT.Berkat Mulia Insan.
- Tjiptono F. dan Chandra G. (2012). *Service, Quality, & Satisfaction* (Andi (ed.); 3rd ed.).
- Trisadewo, N. (2018). Pengaruh Literasi Asuransi Syariah Terhadap Minat Nasabah. *Energies*, 6(1), 1–8.
- Wardhana, H. (2019). Generasi Milenial yang semakin sadar akan masa depan. <https://www.kompasiana.com/Wardhanahendra/5c4c4b7d43322f0cf67b48e6/Generasi-Milenial-Yang-Semakin-Sadar-Perlindungan-Masa-Depan>.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 6(1), 11-26. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen, 2017 - Journal.Uny.Ac.Id*.