

BAB IV
LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Generasi Milenial Kota Banjarmasin

Generasi Milenial di Kota Banjarmasin saat ini telah menjadi generasi yang tak bisa dipandang sebelah mata terlebih dari sudut pandang jumlahnya. Berdasarkan data yang dilansir Bappenas, ada 63 juta milenial (20-35 tahun) atau sama dengan 24% dari populasi usia produktif (14-64 tahun) di Indonesia. Dengan fakta ini, milenial diprediksi akan menjadi mayoritas pada struktur demografis Indonesia dan pemeran utama pada periode bonus demografi tahun 2025-2030. Hal ini tentu tidak hanya berlaku untuk Indonesia secara luas, tapi juga untuk Kota Banjarmasin pada tingkat daerah. Dilansir oleh CNN Indonesia yang dimaksud generasi milenial adalah generasi muda masa kini yang saat ini berusia antara 15–34 tahun¹. Berikut jumlah generasi milenial Kota Banjarmasin.

Tabel 4.1 : Data Penduduk Berdasarkan Usia (Kategori Generasi Milenial) dalam Kecamatan di Kota Banjarmasin, 2020

NO	KECAMATAN	USIA	JUMLAH
1	Banjarmasin Selatan	15-34 Tahun	167.192
2	Banjarmasin Timur	15-34 Tahun	127.190
3	Banjarmasin Barat	15-34 Tahun	153.548
4	Banjarmasin Tengah	15-34 Tahun	96.370
5	Banjarmasin Utara	15-34 Tahun	171.403
	TOTAL		715.703

Sumber : BPS Kota Banjarmasin

Tabel 4.2 : Persentase Penduduk Usia 15-34 Tahun Menurut Jenis Kelamin Laki-laki, 2020

KECAMATAN	JENIS KELAMIN	USIA	JUMLAH
Banjarmasin Selatan	Laki-laki	15-34 Tahun	84.452
Banjarmasin Timur	Laki-laki	15-34 Tahun	63.481
Banjarmasin Barat	Laki-laki	15-34 Tahun	77.951
Banjarmasin Tengah	Laki-laki	15-34 Tahun	47.644
Banjarmasin Utara	Laki-laki	15-34 Tahun	85.385
	TOTAL	15-34 Tahun	358.913

Sumber : BPS Kota Banjarmasin

Tabel 4.3 : Persentase Penduduk Usia 15-34 Tahun Menurut Jenis Kelamin Perempuan, 2020

KECAMATAN	JENIS KELAMIN	USIA	JUMLAH
Banjarmasin Selatan	Perempuan	15-34 Tahun	82.740
Banjarmasin Timur	Perempuan	15-34 Tahun	63.709
Banjarmasin Barat	Perempuan	15-34 Tahun	75.597
Banjarmasin Tengah	Perempuan	15-34 Tahun	48.726
Banjarmasin Utara	Perempuan	15-34 Tahun	86.018
TOTAL			356.790

Sumber : BPS Kota Banjarmasin

Tabel 4.4 : Jumlah Mahasiswa (Milennial) Pada ULM, UIN, dan Akademi Akademi Negeri di Kota Banjarmasin, 2019

NO	PERGURUAN TINGGI	JUMLAH
1	UVAYA Banjarmasin	17.875
2	UNISKA Banjarmasin	2.219
3	STIE Indonesia Banjarmasin	1.046
4	STIA Bina Banua Banjarmasin	903
5	STIMI Banjarmasin	479
6	STIHSIA Banjarmasin	1.480
7	STIENAS Banjarmasin	1.469
8	STKIP PGRI Banjarmasin	2.382
9	STIE Pancasetia Banjarmasin	5.670
10	STIKES Muhammadiyah Banjarmasin	2.641
11	STMIK Indonesia Banjarmasin	2.089
12	STIKES Suaka Insan Banjarmasin	359
13	STIKES Sari Mulia	472
14	Akademi Maritim Nusantara Banjarmasin	1.701
15	AKPARNAS Banjarmasin	1.464
16	AKBID Bunga Kalimantan	529
17	UIN Antasari Banjarmasin	10.225
18	AKPER Pandan Harum Banjarmasin	498
19	ASMI Citra Nusantara	367
20	AKBID ABDI Persada Banjarmasin	603
21	ATRO Citra Intan Persada	332
22	AKPER Kesda VI/Tanjung Pura	457
23	AKFAR ISFI Banjarmasin	459
24	Politeknik Hasnur	2.469

Sumber : BPS Kota Banjarmasin

1. Deskripsi Karakteristik Responden

Kuesioner merupakan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini, terdapat 12 butir pernyataan untuk variabel X dan 4 butir pernyataan untuk variabel Y, sehingga jumlah seluruh pernyataan adalah 16 butir pernyataan. Lokasi penelitian ini di Kota Banjarmasin yang terbagi menjadi 5 kecamatan yaitu Banjarmasin Timur, Banjarmasin Barat, Banjarmasin Tengah, Banjarmasin Utara dan Banjarmasin Selatan. Adapun responden dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang berada pada usia 15-34 tahun, berdomisili di Kota Banjarmasin. Penelitian ini dilakukan pada bulan maret 2021. Analisis deskriptif merupakan uraian mengenai hasil data primer ini diperoleh melalui penyebaran kuisisioner melalui *google form* terhadap 136 responden. Adapun karakteristik responden dalam penelitian berdasarkan usia, jenis kelamin dan domisili adalah sebagai berikut :

a. Usia

Tabel 4.5 : Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
15	1	0,8%
18	3	2,2%
19	5	3,7%
20	20	14,7%
21	36	26,4%
22	19	14%
23	7	5,1%
24	5	3,7%
25	3	2,2%
26	3	2,2%
27	7	5,1%
28	6	4,4%
29	5	3,7%
30	2	1,4%
31	3	2,2%
32	1	0,8%
33	6	4,4%
34	4	3%
	136	100%

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh data menunjukkan bahwa responden yang berusia 15 tahun sebanyak 1 orang atau 0,8%, 18 tahun sebanyak 3 orang atau 2,2%, 19 tahun sebanyak 5 orang atau 3,7%, 20 tahun sebanyak 20 orang atau 14,7%, 21 tahun sebanyak 36 orang atau 26,4%, 22 tahun sebanyak 19 orang atau 14%, 23 tahun sebanyak 7 orang atau 5,1%, 24 tahun sebanyak 5 orang atau 3,7%, 25 tahun sebanyak 3 orang atau 2,2%, 26 tahun sebanyak 3 orang atau 2,2%, 27 tahun sebanyak 7 orang atau 5,1%, 28 tahun sebanyak 6 orang atau 4,4%, 29 tahun sebanyak 5 orang atau 3,7%, 30 tahun sebanyak 2 orang atau 1,4%, 31 tahun sebanyak 3 orang atau 2,2%, 32 tahun sebanyak 1 orang atau 0,8%, 33 tahun sebanyak 6 orang atau 4,4% dan 34 tahun sebanyak 4 orang atau 3%. Berdasarkan usia responden terbanyak adalah pada usia 21 tahun yaitu sebanyak 36 orang atau 26,4%.

b. Jenis Kelamin

Tabel 4.6 : Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	64	47%
Perempuan	72	53%
	136	100%

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh data menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 64 orang atau 47% dan jenis kelamin perempuan sebanyak 72 orang atau 53%. Berdasarkan jenis kelamin responden terbanyak adalah perempuan yaitu 72 orang atau 53%.

c. Domisili

Tabel 4.7 : Domisili Responden

Kecamatan	Frekuensi	Persentase (%)
Banjarmasin Timur	61	44,9%
Banjarmasin Barat	16	11,8%
Banjarmasin Tengah	11	8%
Banjarmasin Utara	14	10,3%
Banjarmasin Selatan	34	25%
	136	100%

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh data menunjukkan bahwa responden yang berdomisili di Banjarmasin Timur sebanyak 61 orang atau 44,9%, Banjarmasin Barat sebanyak 16 orang atau 11,8%, Banjarmasin Tengah sebanyak 11 orang atau 8%, Banjarmasin Utara sebanyak 14 orang atau 10,3% dan Banjarmasin Selatan sebanyak 34 orang atau 25%. Berdasarkan domisili responden terbanyak adalah di Banjarmasin Timur yaitu 61 orang atau 44,9%.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian ini bertujuan untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban responden atas pernyataan kuesioner yang telah dibagikan terhadap variabel harga (X1), promosi (X2) dan keputusan pembelian (Y).

Hasil penyebaran kuesioner di cari nilai rata-ratanya untuk menjelaskan jawaban reponden atas pernyataan kuesioner menggunakan kriteria penilaian ke dalam skala dengan formulasi sebagai berikut:

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

Kategori = 3 (Tinggi, Sedang, Rendah)

Nilai Interval : nilai skor / Kategori = $5 - 1 / 3 = 1,33$

Adapun kriteria penilaian yang digunakan adalah dikategorikan rendah jika rata-rata (mean) antara 1 – 2,34, dikategorikan sedang jika rata-rata (mean) antara 2,35 – 3,69 dan dikategorikan tinggi jika rata-rata (mean) 3,70 – 5.

Adapun Distribusi frekuensi jawaban responden dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

a. Variabel *Brand Image* (X1)

Distribusi frekuensi jawaban responden tentang variabel harga dapat dilihat pada tabel-tabel berikut :

1) Indikator *Attribute Brands*

Tabel 4.8. Asuransi Syariah Memiliki Logo, Simbol Dan Nama Yang Mudah Diingat (X1.1)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	11	8.1 %
2	Tidak Setuju	23	16,9 %
3	Netral	20	14,7 %
4	Setuju	73	53,7 %
5	Sangat Setuju	9	6,6 %

Total	136	100 %
-------	-----	-------

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan jawaban setuju mempunyai proporsi paling banyak dengan jumlah 73 responden atau sebesar 53,7% . Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa asuransi syariah memiliki logo, simbol dan nama yang mudah diingat.

Tabel 4.9 Asuransi Syariah Mudah Dikenali Dan Ditemukan (X1.2)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	10	7,4%
2	Tidak Setuju	28	20,6%
3	Netral	26	19,1 %
4	Setuju	65	47,8%
5	Sangat Setuju	7	5,1%
Total		136	100 %

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan jawaban setuju mempunyai proporsi paling banyak dengan jumlah 65 responden atau sebesar 47,8% . Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa asuransi syariah mudah dikenali dan ditemukan.

2) Indikator *Experience Brands*

Tabel 4.10 Asuransi Syariah Menawarkan Produk Yang Lengkap Dan Berkualitas (X1.3)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	10	7,4%
2	Tidak Setuju	21	15,4%
3	Netral	36	26,5%
4	Setuju	60	44,1%
5	Sangat Setuju	9	6,6%
Total		136	100 %

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan jawaban setuju mempunyai proporsi paling banyak dengan jumlah 60 responden atau sebesar 44,1% . Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa asuransi syariah menawarkan produk yang lengkap dan berkualitas.

Tabel 4.11 Asuransi Syariah Menawarkan Manfaat Yang Sesuai Dengan Kontribusi Dan Masa Pertanggungan (X1.4)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	10	7,4%
2	Tidak Setuju	21	15,4%
3	Netral	36	26,5%
4	Setuju	60	44,1%
5	Sangat Setuju	9	6,6%
Total		136	100 %

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan jawaban setuju mempunyai proporsi paling banyak dengan jumlah 60 responden atau sebesar 44,1% . Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa asuransi syariah menawarkan manfaat yang sesuai dengan kontribusi dan masa pertanggungan.

3) Indikator *Aspirational Brands*

Tabel 4.12 Asuransi Syariah Memiliki Prinsip Dan Berdasarkan Ketentuan Syariah Sehingga Tidak Melanggar Aturan Hukum Islam (X1.5)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	10	7,4%
2	Tidak Setuju	21	15,4%
3	Netral	14	10,3%
4	Setuju	65	47,8%
5	Sangat Setuju	26	19,1%
Total		136	100 %

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan jawaban setuju mempunyai proporsi paling banyak dengan jumlah 65 responden atau sebesar 47,8%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa asuransi syariah memiliki prinsip dan berdasarkan ketentuan syariah sehingga tidak melanggar aturan hukum Islam.

Tabel 4.13 Asuransi Syariah Memberikan Kesan Sifat Kepedulian Dan Perhatian Bagi Yang Menggunakannya (X1.6)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	10	7,4%
2	Tidak Setuju	20	14,7%
3	Netral	15	11%
4	Setuju	77	56,6%
5	Sangat Setuju	14	10,3%
Total		136	100 %

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan jawaban setuju mempunyai proporsi paling banyak dengan jumlah 77 responden atau sebesar 56,6%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa asuransi syariah memiliki prinsip dan berdasarkan ketentuan syariah sehingga tidak melanggar aturan hukum Islam.

4) Variabel Akses (X2)

a) *clear and understandable*

Tabel 4.14 Menggunakan Suatu Sistem Teknologi Dalam Memberikan Layanan Terhadap Nasabah (X2.1)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	10	7,4%
2	Tidak Setuju	20	14,7%
3	Netral	17	12,5%
4	Setuju	78	57,4%
5	Sangat Setuju	11	8,1%
Total		136	100 %

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan jawaban setuju mempunyai proporsi paling banyak dengan jumlah 78 responden atau sebesar 57,4% . Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa Menggunakan suatu sistem teknologi dalam memberikan layanan terhadap nasabah.

Tabel 4.15 Menggunakan Sistem Teknologi Yang Mudah Di Kenal Dan Dipahami (X2.2)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	10	7,4%
2	Tidak Setuju	23	16,9%
3	Netral	25	18,4%
4	Setuju	69	50,7%
5	Sangat Setuju	9	6,6%
Total		136	100 %

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan jawaban setuju mempunyai proporsi paling banyak dengan jumlah 69 responden atau sebesar 50,7% . Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa Menggunakan sistem teknologi yang mudah dikenal dan dipahami.

b) *doesn't require a lot of mental effort*

Tabel 4.16 Menggunakan Layanan Dengan Sistem Teknologi Untuk Memudahkan Pekerjaan Nasabah (X2.3)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	10	7,4%
2	Tidak Setuju	20	14,7%
3	Netral	11	8,1%
4	Setuju	80	58,8%
5	Sangat Setuju	15	11%
Total		136	100%

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan jawaban setuju mempunyai proporsi paling banyak dengan jumlah 80 responden atau sebesar 58,8%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa Menggunakan layanan dengan sistem teknologi untuk memudahkan pekerjaan nasabah.

Tabel 4.17 Menggunakan Layanan Dengan Sistem Teknologi Untuk Menghemat Waktu, Biaya Dan Tenaga (X2.4)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	10	7,4%
2	Tidak Setuju	20	14,7%
3	Netral	21	15,4%

4	Setuju	68	50%
5	Sangat Setuju	17	12,5%
Total		136	100%

(Sumber : Data di olah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan jawaban setuju mempunyai proporsi paling banyak dengan jumlah 68 responden atau sebesar 50%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa Menggunakan layanan dengan sistem teknologi untuk menghemat waktu, biaya dan tenaga.

c) *ease of use and easy to get the system to do what she/he wants to do*

Tabel 4.18 Dibuat Untuk Generasi Milenial Yang Tidak Lepas Dari Teknologi (X2.5)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	10	7,4%
2	Tidak Setuju	20	14,7%
3	Netral	3	2,2%
4	Setuju	45	33,1%
5	Sangat Setuju	58	42,6%
Total		136	100%

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan jawaban sangat setuju mempunyai proporsi paling banyak dengan jumlah 58 responden atau sebesar 42,6%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan bahwa dibuat untuk generasi milenial yang tidak lepas dari teknologi.

Tabel 4.19 Memberikan Akses Informasi Milik Nasabah Dalam Suatu Sistem Teknologi (X2.6)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	11	8,1%
2	Tidak Setuju	20	14,7%
3	Netral	19	14%
4	Setuju	79	58,1%
5	Sangat Setuju	7	5,1%
Total		136	100%

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan jawaban setuju mempunyai proporsi paling banyak dengan jumlah 79 responden atau sebesar 58,1%. Nilai ini

menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa memberikan akses informasi milik nasabah dalam suatu sistem teknologi.

b. Variabel Atensi (Y)

a) Faktor Internal

Tabel 4.20 Konsisten Memilih Asuransi Syariah Sebagai Perlindungan Resiko (Y.1)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	10	7,4%
2	Tidak Setuju	21	15,4%
3	Netral	29	21,3%
4	Setuju	66	48,5%
5	Sangat Setuju	10	7,4%
Total		136	100%

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan jawaban setuju mempunyai proporsi paling banyak dengan jumlah 66responden atau sebesar 48,5%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa Konsisten memilih asuransi syariah sebagai perlindungan resiko.

Tabel 4.21 Menjadi Nasabah Yang Loyalitas Terhadap Asuransi Syariah. (Y.2)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	10	7,4%
2	Tidak Setuju	21	15,4%
3	Netral	41	30,1%
4	Setuju	54	39,7%
5	Sangat Setuju	10	7,4%
Total		136	100%

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan jawaban setuju mempunyai proporsi paling banyak dengan jumlah 54 responden atau sebesar 39,7% . Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa menjadi nasabah yang loyalitas terhadap asuransi syariah.

b) Faktor Eksternal

Tabel 4.22 Mencoba Memahami Dan Mengkaji Pentingnya Asuransi Syariah (Y.3)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	10	7,4%
2	Tidak Setuju	20	14,7%
3	Netral	28	20,6%
4	Setuju	64	47,1%
5	Sangat Setuju	14	10,3%
Total		136	100%

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan jawaban setuju mempunyai proporsi paling banyak dengan jumlah 64 responden atau sebesar 47,1%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa mencoba memahami dan mengkaji pentingnya asuransi syariah.

Tabel 4.23 Mau Menjadi Nasabah Pada Asuransi Syariah Agar Memiliki Proteksi Keuangan (Y.4)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	10	7,4%
2	Tidak Setuju	22	16,2%
3	Netral	39	28,7%
4	Setuju	52	38,2%
5	Sangat Setuju	13	9,6%
Total		136	100%

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan jawaban setuju mempunyai proporsi paling banyak dengan jumlah 52 responden atau sebesar 38,2% . Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa mau menjadi nasabah pada asuransi syariah agar memiliki proteksi keuangan.

c) Faktor lainnya

Tabel 4.24 Memilih Asuransi Syariah Karena Sesuai Dengan Prinsip Dan Ketentuan Islam (Y.5)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	10	7,4%
2	Tidak Setuju	21	15,4%
3	Netral	17	12,5%
4	Setuju	56	41,2%

5	Sangat Setuju	32	23,5%
Total		136	100%

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan jawaban setuju mempunyai proporsi paling banyak dengan jumlah 56 responden atau sebesar 41,2%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa Memilih asuransi syariah karena sesuai dengan prinsip dan ketentuan islam.

Tabel 4.25 Merekomendasikan Asuransi Syariah Yang Diikuti Kepada Orang Lain (Y.6)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	10	3,4%
2	Tidak Setuju	22	16,2%
3	Netral	31	22,8%
4	Setuju	61	44,9%
5	Sangat Setuju	12	8,8%
Total		136	100%

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan jawaban setuju mempunyai proporsi paling banyak dengan jumlah 61 responden atau sebesar 44,9%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa merekomendasikan asuransi syariah yang diikuti kepada orang lain.

B. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah untuk mendapatkan atau mengukur kevalidan suatu data. Jika data valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2018). Valid tidaknya butir pertanyaan dapat dilihat dengan membandingkan r hitung dan r tabel. Suatu item pernyataan dikatakan valid jika *Product Moment Person* di mana $df = n-2$, n = jumlah sampel dengan signifikansi 5%. Menentukan derajat bebas (df) diperoleh dari jumlah sampel atau responden dikurangi 2 ($df = n-2$), $n = 136$, maka $df = 136 - 2 = 134$ dan r tabel = 0,176 (lihat pada lampiran r

tabel). Jika r hitung $>$ dari r tabel maka item pernyataan tersebut tidak valid. Berikut hasil dari uji validitas dengan bantuan SPSS 22 for windows.

Tabel 4.26 : Hasil Uji Validitas
Frequency Table X1
X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	11	8.1	8.1	8.1
d	22	16.2	16.2	24.3
	20	14.7	14.7	39.0
	73	53.7	53.7	92.6
	10	7.4	7.4	100.0
Total	136	100.0	100.0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	7.4	7.4	7.4
d	28	20.6	20.6	27.9
	26	19.1	19.1	47.1
	65	47.8	47.8	94.9
	7	5.1	5.1	100.0
Total	136	100.0	100.0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	7.4	7.4	7.4
d	21	15.4	15.4	22.8
	36	26.5	26.5	49.3
	60	44.1	44.1	93.4
	9	6.6	6.6	100.0
Total	136	100.0	100.0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	7.4	7.4	7.4
d	20	14.7	14.7	22.1
	18	13.2	13.2	35.3
	72	52.9	52.9	88.2

X1. 4	Pearson Correlation	.857**	.798**	.853**	1	.905**	.881**	.905**	.914**	.897**	.955**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136
X1. 5	Pearson Correlation	.855**	.875**	.827**	.905**	1	.879**	.868**	.862**	.871**	.945**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136
X1. 6	Pearson Correlation	.796**	.811**	.851**	.881**	.879**	1	.873**	.883**	.886**	.936**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136
X1. 7	Pearson Correlation	.824**	.789**	.912**	.905**	.868**	.873**	1	.921**	.912**	.955**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136
X1. 8	Pearson Correlation	.831**	.772**	.863**	.914**	.862**	.883**	.921**	1	.906**	.949**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136
X1. 9	Pearson Correlation	.820**	.768**	.865**	.897**	.871**	.886**	.912**	.906**	1	.945**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136
skor total	Pearson Correlation	.905**	.875**	.922**	.955**	.945**	.936**	.955**	.949**	.945**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136

(Sumber : data diolah, 2021)

Frequency Table X2

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	10	7.4	7.4	7.4
tidak setuju	20	14.7	14.7	22.1
Netral	17	12.5	12.5	34.6
Setuju	78	57.4	57.4	91.9
sangat setuju	11	8.1	8.1	100.0
Total	136	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	10	7.4	7.4	7.4
tidak setuju	23	16.9	16.9	24.3
Netral	25	18.4	18.4	42.6
Setuju	69	50.7	50.7	93.4
sangat setuju	9	6.6	6.6	100.0
Total	136	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	10	7.4	7.4	7.4
tidak setuju	20	14.7	14.7	22.1
Netral	11	8.1	8.1	30.1
Setuju	80	58.8	58.8	89.0
sangat setuju	15	11.0	11.0	100.0
Total	136	100.0	100.0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	10	7.4	7.4	7.4
tidak setuju	20	14.7	14.7	22.1
Netral	21	15.4	15.4	37.5
Setuju	68	50.0	50.0	87.5
sangat setuju	17	12.5	12.5	100.0
Total	136	100.0	100.0	

X2.5

N		136	136	136	136	136	136	136	136
X2.5	Pearson Correlation	.845**	.925**	.915**	.898**	1	.941**	.919**	.968**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N		136	136	136	136	136	136	136	136
X2.6	Pearson Correlation	.812**	.914**	.893**	.894**	.941**	1	.898**	.954**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N		136	136	136	136	136	136	136	136
X2.7	Pearson Correlation	.880**	.928**	.871**	.911**	.919**	.898**	1	.965**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N		136	136	136	136	136	136	136	136
skor total	Pearson Correlation	.910**	.969**	.933**	.946**	.968**	.954**	.965**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N		136	136	136	136	136	136	136	136

Sumber : data diolah, 2021)

Frequency Table Y

Y1

	Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Cumulatif Persentase
Valid	31	22.8	22.8	22.8
tidak setuju	29	21.3	21.3	44.1
Netral	66	48.5	48.5	92.6
Setuju	10	7.4	7.4	100.0
sangat setuju	136	100.0	100.0	
Total				

Y2

	Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Cumulatif Persentase
Valid tidak setuju	31	22.8	22.8	22.8
Netral	41	30.1	30.1	52.9
Setuju	54	39.7	39.7	92.6
sangat setuju	10	7.4	7.4	100.0
Total	136	100.0	100.0	

Y3

	Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Cumulatif Persentase
Valid tidak setuju	30	22.1	22.1	22.1
Netral	28	20.6	20.6	42.6
Setuju	64	47.1	47.1	89.7
sangat setuju	14	10.3	10.3	100.0
Total	136	100.0	100.0	

Y4

	Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Cumulatif Persentase
Valid tidak setuju	32	23.5	23.5	23.5
Netral	39	28.7	28.7	52.2
Setuju	52	38.2	38.2	90.4
sangat setuju	13	9.6	9.6	100.0
Total	136	100.0	100.0	

Y5

	Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Cumulatif Persentase
Valid tidak setuju	31	22.8	22.8	22.8
Netral	17	12.5	12.5	35.3
Setuju	56	41.2	41.2	76.5
sangat setuju	32	23.5	23.5	100.0
Total	136	100.0	100.0	

N		136	136	136	136	136	136	136	136
Y	Pearson Correlation	.810**	.833**	.789**	.848**	.881**	.883**	1	.934**
7	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N		136	136	136	136	136	136	136	136
sk	Pearson Correlation	.900**	.911**	.910**	.918**	.953**	.929**	.934**	1
or	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
tot									
al									
N		136	136	136	136	136	136	136	136

(Sumber : data diolah, 2021)

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui suatu konsistensi dan kestabilan responden dalam menjawab dari kuisioner. Uji reliabilitas kuisioner dengan *Cronbach Alpha*, dengan melihat koefisien *cronbach alpha* dari semua variabel adalah lebih besar dari 0,6 sehingga keseluruhan variabel dinyatakan reliabel.

Tabel 4.27 : Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.981	9

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *cronbach alpha* dari semua variabel adalah lebih besar dari 0,981 sehingga keseluruhan variabel dinyatakan reliabel.

Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.980	7

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *cronbach alpha* dari semua variabel adalah lebih besar dari 0,980 sehingga keseluruhan variabel dinyatakan reliabel.

Uji Reliabilitas Y
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.970	7

(Sumber : Data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *cronbach alpha* dari semua variabel adalah lebih besar dari 0,970 sehingga keseluruhan variabel dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel residual atau pengganggu memiliki distribusi normal. Cara mengetahui normalitas data dengan uji Kolmogrov-Smirnov dapat dilihat dari nilai residual dan dikatakan normal apabila nilai residual yang dihasilkan diatas nilai signifikansi yang ditetapkan. Ghazali, (2013).

- Jika Sig > 0,05, maka data berdistribusi normal
- Jika Sig < 0,05, maka data berdistribusi tidak normal.

Adapun hasil Uji Normalitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.28 : Uji Normalitas Data

		Unstandardized Residual
N		136
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.29846214
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.116
	Negative	-.116
Kolmogorov-Smirnov Z		1.355
Asymp. Sig. (2-tailed)		.051

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Uji Aplikasi SPSS Statistics 22, data diolah 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas yang ditunjukkan oleh tabel di atas dapat diketahui nilai signifikansi $0,051 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikoloniaritas

Uji Multikoloniaritas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mengetahui ada atau tidak adanya multikoloniaritas dalam model regresi yaitu dengan kriteria apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* < 10 maka dinyatakan tidak terjadi multikoloniaritas dan sebaliknya apabila nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai *VIF* > 10 maka dinyatakan terjadi multikoloniaritas. Ghazali, (2013).

Adapun hasil pengujian multikoloniaritas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.29 : Uji Multikoloniaritas Data
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.264	.829		6.349	.000		
Brand image	.379	.083	.559	4.560	.000	.095	10.512
Kemudahan akses	.297	.104	.351	2.860	.005	.095	10.512

a. Dependent Variable: atensi generasi milenial

Sumber : Hasil Uji Aplikasi SPSS Statistics 22, data diolah 2021.

Keterangan : karena nilai Tolerance = 0,095 itu artinya lebih dari 0,01 maka dapat disimpulkan dengan tegas bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas pada data yang digunakan.

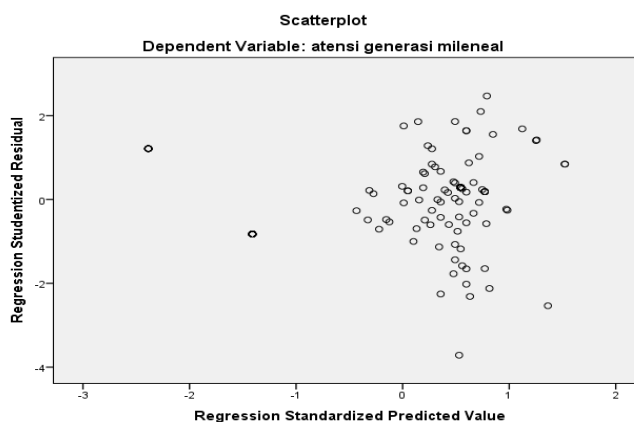
Berdasarkan hasil uji multikoloniaritas yang ditunjukkan oleh tabel di atas, menunjukkan hasil perhitungan dari kedua variabel yaitu nilai *tolerance* 0,095 > dari 0,01, maka tidak terjadi multikoloniaritas. Sehingga data dianggap baik karena tidak terjadi hubungan (*inkorelasi*) antar variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji dan mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser* yaitu dengan menguji tingkat signifikansinya. Apabila hasil uji diatas level signifikansi ((Sig. >0,05) maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila hasil uji dibawah level signifikansi (Sig. < 0,05) maka terjadi heretoskedastisitas. Sujarweni, (2015).

Adapun hasil pengujian heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.30 : Uji Heteroskedastisitas Data



Sumber : Hasil Uji Analisis Non Parametik, data diolah 2021.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang ditunjukkan oleh tabel diatas, karena titik-titik menyebar tanpa ada pola yang jelas di bagian atas dan bawah atau di sekitar angka 0, maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besar kecilnya pengaruh antara variabel independen yaitu *brand image* (X1) dan kemudahan akses (X2) dan variabel dependen yaitu atensi (Y) dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linier.

Adapun hasil analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

Tabel 4.31 : Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.264	.829		6.349	.000
Brand image	.379	.083	.559	4.560	.000

Kemudahan akses	.297	.104	.351	2.860	.005
-----------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: atensi generasi mileneal

Sumber : Hasil Uji Aplikasi SPSS Statistics 22, data diolah 2021

$$\text{Persamaan } Y = 5.264 + 0.379 + .297$$

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier diatas maka, bandingkan nilai β . Semakin β menjauhi nol (0), maka variabel tersebut semakin berpengaruh (dominan). Nilai β pada variabel *brand image* adalah 0,379 sedangkan nilai β pada kemudahan akses adalah 0,297. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel paling dominan adalah *brand image*.

4. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai dari koefisien determinasi adalah antara 0 – 1. Jika nilai *adjusted R Square* hampir mendekati 1 artinya variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen. (Subekti, 2017).

Adapun hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2) adalah sebagai berikut :

Tabel 4.32 : Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.900 ^a	.810	.807	2.745	.810	282.673	2	133	.000

a. Predictors: (Constant), Kemudahan akses, Brand image

b. Dependent Variable: atensi generasi mileneal

Sumber : Hasil Uji Aplikasi SPSS Statistics 22, data diolah 2021.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, dapat diketahui diperoleh dari *R Square* adalah 0,810 dari nilai R^2 tersebut dapat disimpulkan bahwa pada variabel independen yaitu *brand image* (X1) dan kemudahan akses (X2) secara simultan mampu menjelaskan keragaman dari variabel dependen yaitu atensi generasi

milenial sebesar 81%. Variabel *brand image* (X1) dan kemudahan akses (X2) mempengaruhi variabel atensi generasi milenial (Y) adalah 0,810 atau sebesar 81% dan sisanya 19% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian.

b. Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen yaitu variabel *brand image* (X1) dan kemudahan akses (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu variabel atensi generasi milenial (Y). Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H_0 : *brand image* dan kemudahan akses pada asuransi syariah tidak berpengaruh terhadap atensi generasi milenial kota Banjarmasin.

H_a : *brand image* dan kemudahan akses pada asuransi syariah berpengaruh terhadap atensi generasi milenial kota Banjarmasin.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

Jika $Sig < (\alpha)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $Sig > (\alpha)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Adapun hasil Uji Signifikansi Simultan F adalah sebagai berikut :

Tabel 4.33 : Hasil Uji Signifikansi Simultan F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4258.591	2	2129.296	282.673	.000 ^b
Residual	1001.850	133	7.533		
Total	5260.441	135			

a. Dependent Variable: atensi generasi mileneal

b. Predictors: (Constant), Kemudahan akses, Brand image

Sumber : Hasil Uji Aplikasi SPSS Statistics 22, data diolah 2021.

Berdasarkan hasil uji F diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa variabel *brand image* dan variabel kemudahan akses berpengaruh secara simultan terhadap variabel atensi generasi mileneal.

c. Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen yaitu *brand image* dan kemudahan akses dan variabel independen yaitu atensi generasi milenial.

Berikut adalah pengujian hipotesis secara parsial, yaitu :

1. Pengujian hipotesis variabel *brand image* (X1)

H_0 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Brand Image* (X1) terhadap variabel atensi generasi milenial (Y).

H_a : Tidak erdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *brand image* (X1) terhadap variabel atensi generasi milenial (Y).

2. Pengujian hipotsis variabel Kemudahan Akses (X2)

H_0 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kemudahan akses (X2) terhadap variabel atensi generasi milenial (Y).

H_a : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kemudahan akses (X2) terhadap variabel atensi generasi milenial (Y).

Jika $Sig < (\alpha)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $Sig > (\alpha)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Adapun hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T) adalah sebagai berikut :

Tabel 4.34 : Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.577	.843		6.611	.000
Brand image	.605	.026	.893	22.997	.000

a. Dependent Variable: atensi generasi mileneal

Sumber : Hasil Uji Aplikasi SPSS Statistics 22, data diolah 2021.

Berdasarkan hasil uji T diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa variabel *brand image* berpengaruh secara parsial terhadap variabel atensi generasi milineal.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.896	.876		6.733	.000
Kemudahan akses	.748	.034	.883	21.782	.000

a. Dependent Variable: atensi generasi mileneal

Sumber : Hasil Uji Aplikasi SPSS Statistics 22, data diolah 2021.

Berdasarkan hasil uji T diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa variabel kemudahan akses berpengaruh secara parsial terhadap variabel atensi generasi milineal.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian ini menjelaskan mengenai Pengaruh *Brand Image* dan Kemudahan Akses pada Asuransi Syariah terhadap Atensi Generasi Milenial Kota Banjarmasin. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan. Pembahasan dari masing-masing variabel yaitu dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh *brand image* dan Kemudahan Akses pada Asuransi Syariah terhadap Atensi Generasi Milenial Kota Banjarmasin.

Variabel independen yaitu *brand image* (X1) dan kemudahan akses (X2) mampu menjelaskan keragaman dari variabel dependen yaitu atensi generasi milenial sebesar 81%. Pengaruh variabel *brand image* (X1) dan kemudahan akses (X2) mempengaruhi variabel atensi

generasi milenial (Y) adalah 0,810 atau sebesar 81% dan sisanya 19% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian.

Atensi generasi milenial merupakan titik fokus seseorang dalam proses penentuan keputusan untuk melakukan perjanjian dalam asuransi syariah berdasarkan kesadaran dirinya sendiri dan tanpa paksaan oleh orang lain. Berdasarkan hasil penilaian yang telah dilakukan *brand image* dan kemudahan akses pada asuransi syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap atensi generasi milenial Kota Banjarmasin untuk menjadi nasabah asuransi syariah.

2. Pengaruh *Brand Image* dan Kemudahan Akses pada Asuransi Syariah Secara Simultan terhadap atensi generasi milenial Kota Banjarmasin

Hipotesis yang menduga variabel *brand image* (X1) dan kemudahan akses (X2) pada asuransi syariah secara simultan memberikan pengaruh terhadap atensi generasi milenial Kota Banjarmasin (Y). Berdasarkan hasil dari pengujian bahwa nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ (Dapat dilihat pada tabel 4.33) yang menunjukkan bahwa variabel *brand image* dan kemudahan akses berpengaruh secara simultan terhadap variabel atensi generasi milenial.

Brand image merupakan identitas suatu perusahaan yang dapat dikenali melalui logo, simbol atau berupa serangkaian kata singkat yang menunjukkan entitas sebuah perusahaan. *Brand Image* menjadikan produk-produk yang dijual oleh perusahaan memiliki nilai yang lebih dari segi kualitas dan kepercayaan nasabah. Dalam asuransi syariah *brand image* dapat memberikan nilai bahwa suatu perusahaan asuransi yang berbasis syariah adalah perusahaan yang dikelola dengan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dan dalam melakukan transaksinya asuransi syariah diawasi langsung oleh Lembaga Keuangan Syariah sehingga lebih dapat meyakinkan nasabah bahwa setiap sistem operasional yang dijalankan oleh asuransi syariah lebih aman dari pada sistem operasi Asuransi Konvensional.

3. Pengaruh *Brand Image* dan Kemudahan Akses pada Asuransi Syariah Secara Parsial terhadap atensi generasi milenial Kota Banjarmasin

Hipotesis yang menduga variabel *Brand Image* (X1) dan kemudahan akses (X2) pada asuransi syariah secara parsial memberikan pengaruh terhadap atensi generasi milenial Kota Banjarmasin (Y). Berdasarkan hasil dari pengujian bahwa nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ (dapat dilihat pada tabel 4.34) yang menunjukkan bahwa variabel kemudahan akses berpengaruh secara parsial terhadap variabel atensi generasi milenial.

Kemudahan akses pada asuransi syariah merupakan suatu teknologi yang dapat membantu nasabah melakukan akses terhadap polis asuransi yang dimilikinya dengan berbasis teknologi *online*, hal ini perlu untuk terus dilakukan agar perusahaan asuransi syariah dapat terus bergerak dan dapat menghadapi perubahan. Dalam persaingan perusahaan keuangan Asuransi Syariah harus selalu mengembangkan kapabilitas dan terus berinovasi dalam pengembangan teknologi akses yang dimilikinya.

4. Pengaruh lebih dominan terhadap variabel *Brand Image* pada Asuransi Syariah terhadap Atensi Generasi Milenial Kota Banjarmasin

Variabel *brand image* (X1) lebih dominan daripada variabel Kemudahan Akses (X2). Hal ini berdasarkan hasil uji analisis regresi linier diatas maka, bandingkan nilai β . Semakin β menjauhi nol (0), maka variabel tersebut semakin berpengaruh (dominan). Nilai β pada variabel *brand image* adalah 0,379 sedangkan nilai β pada kemudahan akses adalah 0,297 (dapat dilihat pada tabel 4.31). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel paling dominan adalah *brand image*.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Milenial Kota Banjarmasin sepakat agar perusahaan Asuransi Syariah di Kota Banjarmasin perlu membangun *brand image* dan karakteristik dengan cara memperkenalkan perusahaan Asuransi Syariah kepada masyarakat Kota Banjarmasin. Selain itu, Generasi Milenial Kota Banjarmasin juga sepakat bahwa perusahaan Asuransi Syariah harus terus memperbaiki akses sarana dan prasarana yang mereka gunakan agar selalu dapat memudahkan nasabah maupun calon nasabah untuk mengakses informasi yang mereka perlukan.