

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Literasi adalah kemampuan dasar yang sangat penting bagi setiap individu. Literasi tidak hanya berarti kemampuan membaca dan menulis, tetapi juga kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan menggunakan informasi dengan efektif dalam berbagai aspek kehidupan. Dengan memiliki literasi yang baik, kita dapat menjalani aktivitas sehari-hari dengan lebih mudah, efisien, dan kreatif.

Pengetahuan yang kita peroleh melalui literasi memungkinkan kita untuk beradaptasi dengan berbagai situasi, memecahkan masalah, dan membuat keputusan yang lebih baik. Misalnya, memahami petunjuk penggunaan obat, mengikuti perkembangan berita, atau bahkan mengelola keuangan pribadi. Semua ini membutuhkan kemampuan literasi yang baik.

Ada banyak cara untuk meningkatkan literasi. Salah satu cara utama adalah melalui membaca. Membaca membuka jendela ke dunia pengetahuan yang luas. Kita bisa membaca buku, koran, majalah, atau media cetak lainnya. Setiap bahan bacaan menawarkan informasi dan wawasan yang berbeda, yang dapat memperkaya pengetahuan kita. Buku, misalnya, bisa memberikan pengetahuan mendalam tentang suatu topik, sementara koran dan majalah bisa memberikan informasi terkini tentang peristiwa yang sedang terjadi di dunia.

Selain membaca, kita juga bisa meningkatkan literasi dengan mendengarkan informasi dari berbagai sumber. Ini bisa berupa mendengarkan berita di radio, menonton program edukasi di televisi, atau mendengarkan podcast dan buku audio. Semua ini adalah sumber informasi yang bisa membantu kita memahami dunia di sekitar kita dengan lebih baik.

Dengan menambah literasi, kita tidak hanya memperkaya pengetahuan kita sendiri, tetapi juga meningkatkan kemampuan kita untuk berkontribusi dalam masyarakat. Kita menjadi lebih mampu untuk berdiskusi, berdebat, dan berpartisipasi dalam kegiatan sosial dengan lebih percaya diri dan berpengaruh. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk terus berusaha meningkatkan literasi melalui berbagai cara yang tersedia.

Menurut (Poerwantana, 2000)“Pengaruh merupakan dorongan atau bujukan dan bersifat membentuk atau merupakan efek”. Sedangkan menurut (Badudu, 1994)“Pengaruh adalah daya yang menyebabkan sesuatu terjadi, sesuatu yang dapat membentuk atau mengubah sesuatu yang lain dan tunduk atau mengikuti karena kuasa atau mengikuti karena kuasa atau kekuasaan orang lain”. Dapat disimpulkan bahwa, Pengaruh adalah situasi atau kejadian yang melibatkan dorongan atau bujukan yang mampu membentuk atau menciptakan efek dalam konteks yang luas. Ia adalah daya yang memiliki kemampuan untuk menyebabkan terjadinya suatu perubahan, baik dalam individu maupun entitas lainnya, serta untuk mengikuti karena kekuasaan atau pengaruh yang dimiliki oleh pihak lain.

Literasi di Indonesia menduduki peringkat 71 dari 77 di Program for international student (PISA) worldwide ranking. PISA adalah studi untuk mengevaluasi sistem pendidikan yang diikuti oleh lebih dari 70 negara di seluruh dunia. Setiap 3 tahun peringkat ini diperbaharui melalui tes dalam mata pelajaran utama yaitu membaca pada anak umur 15 tahun secara acak di negara mereka masing-masing. Berikut data dari peringkat 65-77 PISA di worldwide Ranking 2022 (<https://oecd.org>):

Tabel 1.1 PISA 2022 Worldwide Ranking

Peringkat	Nama Negara	Poin Literasi
65	Mongolia	378
66	Georgia	374
67	Guatemala	374
68	Paraguay	373
69	Azerbaijan	365
70	El Salvador	365
71	Indonesia	359
72	Makedonia Utara	359
73	Albania	358
74	Republik Dominika	351
75	Otoritas Palestina	349
76	Filipina	347
77	Yordania	342
78	Kosova	342

79	Maroko	339
80	Uzbekistan	336
81	Kamboja	329

Sumber: *PISA 2022 Worldwide Ranking*

Pada dasarnya persaingan memperebutkan pasar adalah hal yang sangat ketat. Penggunaan promosi yang baik merupakan senjata utama dalam memasarkan sebuah adv dan sebagai sarana informasi kepada konsumen dengan tujuan menarik calon konsumen. Menurut (Keller, 2009) Mengemukakan promosi penjualan adalah berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau jasa oleh konsumen atau pedagang.

Promosi penjualan merujuk pada serangkaian strategi yang dirancang untuk menghadirkan berbagai insentif jangka pendek kepada konsumen atau pedagang. Tujuan utamanya adalah untuk merangsang minat, menggiatkan percobaan, atau meningkatkan volume penjualan produk atau jasa tertentu. Strategi promosi ini dapat mencakup berbagai macam metode, seperti diskon, hadiah, kontes, demonstrasi produk, atau penawaran khusus, yang bertujuan untuk menciptakan keinginan dan kebutuhan pada target pasar serta mendorong mereka untuk mengambil tindakan pembelian.

Masyarakat menurut (Syani, 1987) Masyarakat berasal dari bahasa Arab musyarakat, yang artinya bersama-sama, kemudian berubah menjadi masyarakat yang artinya berkumpul bersama, hidup bersama dengan saling

berhubungan dan saling mempengaruhi, selanjutnya mendapat kesepakatan menjadi masyarakat.

Masyarakat ialah himpunan untuk membentuk kepribadian diri setiap kumpulan manusia atau suku yang berbeda satu dengan yang lainnya. Selain itu masyarakat adalah kelompok manusia yang tinggal menetap dalam suatu wilayah yang tidak terlalu jelas batas-batasnya, berinteraksi menurut kesamaan pola tertentu, diikat oleh suatu harapan dan kepentingan yang sama, keberadaannya berlangsung terus-menerus, dengan suatu rasa identitas yang sama.

Mengacu data demografis, penduduk muslim Indonesia saat ini mayoritas, mencapai 229,62 juta jiwa atau sekitar 87,2% dari total populasi Indonesia yang berjumlah 269,6 juta jiwa. Kalau diproyeksikan ke populasi muslim dunia yang diperkirakan mencapai 2,2 milyar pada tahun 2030 (23% populasi dunia), penduduk muslim Indonesia itu menyumbang sekitar 13,1% dari seluruh umat muslim di dunia. Kemenag go.id

Indonesia, dengan populasi yang besar dan mayoritas penduduknya beragama Islam, mempunyai keunggulan tersendiri dalam memberikan pendidikan tentang aktivitas yang berlandaskan agama Islam. Karena mayoritas penduduknya memiliki latar belakang keagamaan yang sama, maka penyampaian materi pendidikan agama Islam menjadi lebih mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat. Dalam konteks ini, Indonesia memiliki potensi besar untuk memperluas dan memperdalam pemahaman tentang nilai-nilai agama Islam melalui berbagai kegiatan pendidikan dan sosial. Dengan

demikian, Indonesia dapat menjadi pusat pengembangan dan diseminasi pengetahuan agama Islam yang berdampak positif bagi masyarakat luas.

Dalam sebuah kehidupan manusia segala musibah dan bencana yang menimpa manusia adalah ketentuan Allah SWT. Namun, manusia wajib berikhtiar sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-qur'an surat Ar-rad / 13:11

لَهُ مُعَقَّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

“Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”

ayat tersebut menyampaikan prinsip penting tentang hukum alam yang berlaku dalam kehidupan manusia. Allah menyatakan bahwa Dia tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Artinya, perubahan yang diinginkan dalam kehidupan manusia harus dimulai dari diri mereka sendiri. Allah memberikan manusia kebebasan untuk membuat pilihan dan bertindak, namun dengan konsekuensi dari pilihan dan tindakan tersebut.

Selain itu, ayat tersebut menegaskan bahwa jika Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, tak ada yang dapat menolaknya. Hal ini menunjukkan bahwa kehendak Allah adalah yang tertinggi dan tak terbantahkan. Namun, dalam konteks kehendak Allah, terdapat juga aspek keadilan dan kasih sayang-Nya. Allah memberikan manusia kesempatan untuk bertobat dan kembali kepada-Nya, serta memberikan petunjuk agar menghindari keburukan. Tidak ada pelindung bagi manusia selain Allah, dan keselamatan serta perlindungan sejati hanya dapat diperoleh dengan tunduk kepada-Nya.

Diantaranya memiliki kewaspadaan seperti penanggulangan resiko. Asuransi syariah dapat dijadikan sebagai salah satu cara untuk mengatasi risiko yang mungkin akan terjadi dimasa yang akan datang khususnya bagi masyarakat muslim. Asuransi syariah adalah asuransi yang dalam kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah.

Kehadiran asuransi syariah menjadi salah satu pilihan masyarakat muslim, karena asuransi merupakan salah satu cara investasi untuk menghadapi resiko di masa yang akan datang. Hal ini sesuai pengertian menurut UU no 40 tahun 2014 tentang asuransi syariah ,adalah kumpulan perjanjian, yang terdiri atas perjanjian antara perusahaan asuransi dan pemegang polis dan perjanjian di antara para pemegang polis, dalam rangka pengelolaan kontribusi berdasarkan prinsip syariah guna saling menolong dan melindungi.Sedangkan asuransi syariah menurut Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) adalah usaha

saling melindungi dan tolong-menolong di antara sejumlah orang / pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan atau tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah (Hafidhuddin, 2009).

Daerah yang padat masyarakatnya dan aktivitas yang ramai dengan rambu-rambu lalu lintas yang kurang lengkap menjadikan daerah tersebut memiliki resiko yang tinggi, hal ini mengharuskan masyarakatnya untuk manajemen resiko agar mengurangi kerugian financial yang mungkin akan terjadi di suatu hari. Karena resiko merupakan hal yang pasti tidak diinginkan terjadi oleh seseorang. Maka dari itu asuransi syariah diperlukan untuk mengurangi adanya kerugian financial jika resiko terjadi.

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh industri asuransi di tanah air ialah sumber daya manusia yang kurang cukup dan rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai mamfaat asuransi bagi kehidupan di masyarakat. Jumlah agen asuransi di indonesia pada akhir 2005 menurut data DAI (Dewan Asuransi Indonesia) baru sekitar 80.000 orang, jumlah yang kecil jika dibandingkan dengan potensi pasar yang tersedia.

Asuransi konvensional dan asuransi syariah adalah dua bentuk utama dari layanan asuransi yang beroperasi dengan prinsip-prinsip yang berbeda. Asuransi konvensional adalah model yang lebih umum ditemukan di seluruh dunia, di mana perusahaan asuransi menawarkan polis kepada pelanggan, yang kemudian membayar premi untuk mendapatkan perlindungan terhadap risiko tertentu, seperti kesehatan, kecelakaan, atau kerusakan properti.

Namun, dalam praktiknya, asuransi konvensional sering kali melibatkan unsur-unsur yang dilarang dalam Islam, seperti gharar (ketidakpastian), maysir (perjudian), dan riba (bunga).

Ketika kita melihat ke Kalimantan Selatan, khususnya di Kabupaten Banjar, kita melihat adanya pertumbuhan yang signifikan dalam industri asuransi syariah. Ini mencerminkan minat dan kebutuhan masyarakat akan produk-produk keuangan yang sesuai dengan keyakinan agama mereka. Keberadaan asuransi syariah di daerah tersebut memberikan alternatif yang lebih sesuai dengan nilai-nilai keagamaan dan budaya lokal, sambil juga memberikan manfaat finansial yang sama dengan asuransi konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa asuransi syariah bukan hanya merupakan pilihan yang etis, tetapi juga merupakan model bisnis yang menjanjikan dan berkelanjutan, yang dapat membantu memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat secara lebih luas. Dengan demikian, pertumbuhan industri asuransi syariah di Kalimantan Selatan tidak hanya mencerminkan evolusi dalam praktik keuangan, tetapi juga mencerminkan keinginan untuk membangun masyarakat yang lebih inklusif dan berkelanjutan, yang memperhatikan aspek moral dan keadilan dalam setiap aspek kehidupan mereka.

Di Tanjung Rema, Kabupaten Banjar, mayoritas penduduknya belum menjadi nasabah asuransi syariah. Bahkan, beberapa di antara mereka bahkan belum tahu apa itu asuransi syariah. Hal ini menjadi menarik karena

sebenarnya asuransi syariah telah ada cukup lama di daerah tersebut, contohnya adalah Takaful Keluarga yang sudah beroperasi sejak 24 Februari 1994.

Observasi awal yang dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwa kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang asuransi syariah masih rendah. Mungkin hal ini disebabkan oleh kurangnya sosialisasi dan edukasi yang memadai mengenai manfaat dan prinsip-prinsip asuransi syariah. Banyak masyarakat yang belum mengerti bahwa asuransi syariah merupakan sebuah alternatif yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam, di mana premi yang dibayarkan dianggap sebagai sumbangan untuk membantu sesama yang membutuhkan, tanpa adanya unsur riba atau bunga yang dikenakan.

Kabupaten Banjar, dengan mayoritas penduduknya yang beragama Islam, memang memiliki keunggulan tersendiri dalam memperluas pemahaman tentang asuransi syariah. Asuransi syariah, yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam, menjadi lebih relevan dan mudah diterima oleh masyarakat setempat. Hal ini karena asuransi syariah tidak melibatkan unsur-unsur yang dilarang dalam syariat Islam, seperti gharar (ketidakpastian), maysir (perjudian), dan riba (bunga). Sebagai contoh, dalam asuransi syariah, premi yang dibayarkan oleh pelanggan dianggap sebagai sumbangan yang akan digunakan untuk membantu sesama yang mengalami kerugian atau musibah, tanpa adanya unsur riba dalam bentuk bunga yang dikenakan.

Kertak Hanyar adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Banjar, Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Nama kecamatan ini berasal dari bahasa Banjar yang artinya *Jalan Baru* karena di kawasan ini dilintasi sebuah jalan skala nasional bernama Jl. Ahmad Yani (jalan terpanjang di Kalsel) dan waktu itu jalan tersebut merupakan jalan aspal pertama yang terpanjang yang melintasi wilayah ini sehingga warga setempat menamakan daerah ini dengan sebutan "Kertak Hanyar". Saat ini di daerah Kecamatan Kertak Hanyar memiliki 4 perusahaan asuransi yang sedang berjalan.

Karena mayoritas penduduk Kecamatan Kertak Hanyar memiliki latar belakang keagamaan yang sama, penyampaian materi tentang asuransi syariah menjadi lebih mudah dipahami dan diterima. Perusahaan asuransi dapat memanfaatkan kondisi ini untuk memberikan edukasi yang lebih efektif kepada masyarakat mengenai manfaat dan prinsip-prinsip yang mendasari asuransi syariah. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang asuransi syariah, masyarakat dapat memilih produk-produk asuransi yang sesuai dengan kepercayaan dan nilai-nilai mereka, sambil juga mendapatkan perlindungan finansial yang diperlukan. Seiring dengan pertumbuhan kesadaran akan pentingnya asuransi syariah, diharapkan akan ada peningkatan dalam penerimaan dan penggunaan produk asuransi syariah di Kecamatan Kertak Hanyar dan daerah-daerah lain yang mayoritas penduduknya beragama Islam.

Berdasarkan permasalahan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang di tuangkan dalam sebuah karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul “Pengaruh Literasi, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Syariah di Kecamatan Kertak Hanyar”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah literasi, lokasi dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli memilih produk asuransi syariah di Kecamatan Kertak Hanyar?
2. Apakah literasi, lokasi dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat memilih produk asuransi syariah di Kecamatan Kertak Hanyar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah literasi, lokasi dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat memilih produk asuransi syariah di Kecamatan Kertak Hanyar
2. Untuk mengetahui apakah literasi, lokasi dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat memilih produk asuransi syariah di Kecamatan Kertak Hanyar

D. Kegunaan Penelitian

Secara ringkas mamfaat dan kegunaan penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

a) Bagi akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan tentang Pengaruh Minat dalam memilih asuransi syariah dan dapat menjadi bahan referensi untuk peneliti berikutnya.

b) Bagi penulis

Hasil penelitian ini dapat berguna sebagai pendalaman ilmu tentang pengaruh literasi, lokasi, dan promosi terhadap minat memilih produk asuransi syariah, serta sebagai penerapan ilmu yang diperoleh selama di program studi Asuransi Syariah

2. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan asuransi syariah, secara umum hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan evaluasi ataupun memberikan masukan kepada pihak perusahaan asuransi syariah agar terus mengalami meningkatkan promois kearah yang lebih baik lagi.

E. Definisi Operasional

1. Minat Beli

Menurut (Keller, 2009) minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Minat adalah motivasi dari konsumen sebelum mengambil tindakan di dalam suatu keputusan.

Jadi minat beli disini untuk mengukur seberapa kuat pengaruh dari literasi, lokasi, dan promosi terhadap masyarakat dalam memilih asuransi syariah di Kecamatan Kertak Hanyar.

2. Literasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), literasi diartikan sebagai kemampuan menulis dan membaca. Asuransi diartikan sebagai pertanggung jawaban antara dua pihak, di mana satu pihak berkewajiban membayar iuran, sementara pihak lainnya berkewajiban memberikan jaminan secara penuh. Syariah atau syariat diartikan sebagai hukum agama yang menetapkan peraturan hidup manusia.

Di Kecamatan Kertak Hanyar, literasi asuransi syariah menjadi faktor penting dalam mengukur seberapa besar pengaruhnya terhadap minat beli masyarakat. Minat beli ini dipengaruhi oleh sejauh mana masyarakat memahami konsep asuransi syariah, manfaatnya, serta kepatuhannya terhadap hukum agama. Semakin tinggi literasi asuransi syariah, semakin besar kemungkinan masyarakat untuk tertarik dan percaya pada produk asuransi syariah, yang pada akhirnya meningkatkan minat beli mereka.

Dengan kata lain, literasi asuransi syariah berperan dalam membentuk sikap dan minat beli masyarakat dalam memilih produk asuransi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

3. Lokasi

Menurut (Lupiyoudi, 2001), lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan terkait dengan penempatan operasi dan stafnya, yang mempengaruhi risiko dan keuntungan secara keseluruhan. Dengan kata lain, pilihan lokasi perusahaan berperan penting dalam menentukan kesuksesan operasional dan finansial. Lokasi dapat diukur dengan berbagai aspek yang berkaitan dengan minat beli masyarakat.

Dengan demikian, keputusan lokasi perusahaan memiliki pengaruh yang terhadap minat beli masyarakat. Lokasi yang strategis, mudah diakses, dan didukung oleh lingkungan serta fasilitas yang memadai dapat meningkatkan minat beli masyarakat terhadap produk asuransi syariah di Kecamatan Kertak Hanyar. Perusahaan asuransi yang memperhatikan aspek-aspek ini dapat lebih efektif menarik minat dan kepercayaan masyarakat, sehingga meningkatkan jumlah pelanggan yang memilih produk mereka.

4. Promosi

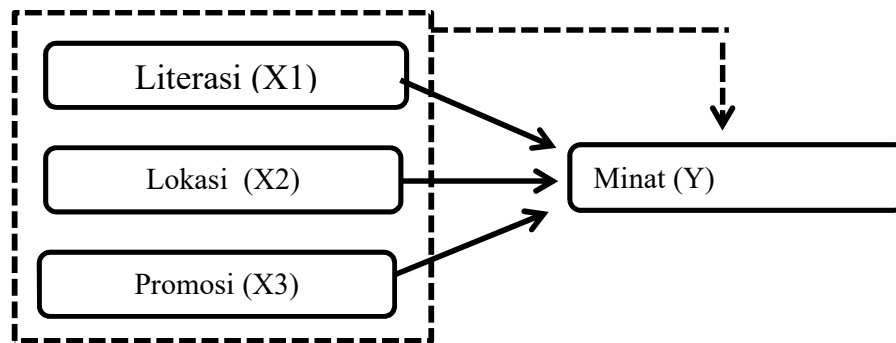
Menurut (Keller, 2009) Mengemukakan promosi penjualan adalah berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau jasa oleh konsumen atau pedagang.

Dengan demikian, promosi yang dilakukan oleh perusahaan asuransi syariah memiliki pengaruh terhadap minat beli masyarakat di

Kabupaten Banjar, dengan cara meningkatkan kesadaran, mendorong percobaan, dan memperkuat kepercayaan pelanggan.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menggambarkan sistematika pengaruh hubungan yang terjadi antara variabel dependen (Y) Dan variabel independen (X) maka bentuk kerangka pemikirannya dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan:

1. Secara simultan = - - - - -

Pengaruh Literasi, lokasi, dan promosi terhadap minat beli memilih produk asuransi syariah di Kecamatan Kertak Hanyar secara simultan.

2. Secara parsial = _____

Pengaruh Literasi, lokasi, dan promosi terhadap minat memilih produk asuransi syariah di Kecamatan Kertak Hanyar secara parsial.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara pada tahapan perumusan masalah penelitian yang ditulis dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan jawaban mengandung kemungkinan benar atau kemungkinan salah. Kemungkinan tersebut dibuktikan dengan fakta-fakta empiris dan pengolahan data. Oleh karena itu penulis mengajukan rumusan masalah dan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Secara Simultan

Pengaruh Literasi, lokasi, promosi Terhadap minat beli masyarakat dalam memilih asuransi di Kecamatan Kertak Hanyar.

H_0 : Tidak ada pengaruh Literasi (X1) Lokasi (X2) Promosi (X3) Terhadap Minat (Y) memilih produk asuransi syariah di Kecamatan Kertak Hanyar

H_a : ada pengaruh Literasi (X1) Lokasi (X2) Promosi (X3) Terhadap Minat (Y) memilih produk asuransi syariah di Kecamatan Kertak Hanyar.

2. Secara Parsial

a. Pengaruh Literasi terhadap minat beli masyarakat dalam memilih asuransi di Kecamatan Kertak Hanyar

H_0 :Tidak ada Pengaruh Literasi (X1) Terhadap Minat (Y) memilih produk asuransi di Kecamatan Kertak Hanyar.

H_1 : Ada Pengaruh Literasi (X1) Terhadap Minat (Y) memilih produk asuransi di Kecamatan Kertak Hanyar.

- b. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat memilih produk asuransi di Kecamatan Kertak Hanyar.

H_0 : Tidak ada Pengaruh Lokasi (X2) Terhadap Minat (Y) memilih produk asuransi di Kecamatan Kertak Hanyar.

H_2 : Ada Pengaruh Lokasi (X2) Terhadap Minat (Y) dalam memilih produk asuransi di Kecamatan Kertak Hanyar.

- c. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli masyarakat dalam memilih asuransi di Kecamatan Kertak Hanyar.

H_0 : Tidak ada Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Minat (Y) memilih produk asuransi di Kecamatan Kertak Hanyar.

H_3 : Ada Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Minat (Y) memilih produk asuransi di Kecamatan Kertak Hanyar.

H. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang peneliti rasa sangat relavan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama peneliti	Judul	Variabel	Hasil penelitian	Perbedaan
1	Noviansyah Tri Sadewo	“Pengaruh Literasi Asuransi Syariah	Literasi (X1) dan Minat beli (Y)	Hasil Penelitian menunjukkan pengaruh	a. variabel yang digunakan pada

		Terhadap Minat Beli Nasabah (Studi Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al- Amin kantor Cabang Lampung		literasi terhadap minat beli nasabah pada PT. asuransi jiwa syariah al-amin kantor cabang lampung	penelitian ini adalah literasi, lokasi, dan promosi b. penelitian ini mencari faktor yang mempengar uhi minat beli masyarakat dalam memilih asuransi syariah
2	Rifki Zulkifli	“Pengaruh Premi Asuransi, Citra, Lokasi, Kualitas Layanan,	Premi (X1), Citra (X2), Lokasi (X3), Kualitas	Hasil penelitian menunjukkan hanya variabel citra yang tidak berpengaruh	a. variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah literasi,

		dan Layanan Promosi Terhadap Nasabah dalam memilih Asuransi Syariah (Study Pada PT Takaful Keluarga Bandar Lampung)	layanan (X4), Layanan promosi (X5), memilih (Y)	nasabah dalam memilih asuransi	lokasi, dan promosi b. penelitian ini mencari faktor yang mempengaruhi minat beli masyarakat dalam memilih asuransi syariah
3	Sri Mulyani dan Kasmiruddin	“Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Asuransi Pada PT. Asuransi	Promosi (X1) dan Minat beli (Y)	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh signifikan sebesar 18,1% dalam minat beli.	a. variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah literasi, lokasi, dan

		Takaful Umum Cabang Pekanbaru”			promosi b. penelitian ini mencari faktor yang mempenga ruhi minat beli masyaraka t dalam memilih asuransi syariah
--	--	---	--	--	--

I. Sistematika Pembahasan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I adalah Pendahuluan. Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah dari penelitian yang akan dilakukan, kemudian rumusan masalah yang mana perumusan masalah ini penting untuk langkah-langkah

selanjutnya. Tujuan penelitian sebagai suatu sarana yang akan dicapai dalam penelitian tersebut, lalu manfaat penelitian sebagai manfaat dari hasil yang telah diteliti dan agar lebih terarah maka dibuat juga definisi operasional, serta sistematika penulisan.

Bab II adalah Landasan Teori. Pada bab ini akan berisi uraian teori-teori tentang literasi, lokasi, promosi, dan minat dalam memilih produk asuransi syariah.

Bab III adalah Metode Penelitian. Pada bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, desain pengukuran, instrumen kusioner dan teknik analisis data

Bab IV adalah penyajian data, dan analisis data. Pada bab ini menyajikan hasil penelitian yang berisi mengenai penyajian data, analisis data tentang pengaruh literasi, lokasi dan promosi terhadap minat memilih produk asuransi syariah di Kecamatan Kertak Hanyar.

Bab V adalah Penutup. Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran berdasarkan hasil dari penelitian tersebut.