

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Asuransi syariah sebagai salah satu bisnis prioritas yang mempunyai peluang sangat penting di Indonesia, namun mekanisme klaim asuransi syariah yang cukup rumit sehingga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah untuk menggunakan produk asuransi syariah. Selain itu asuransi syariah merupakan salah satu jenis lembaga keuangan syariah nonbank. Asuransi syariah mengandung arti yaitu saling menanggung resiko diantara sesama manusia sehingga diantara satu dengan yang lainnya menjadi penanggung dan resiko masing-masing.

Di Indonesia kini telah banyak lembaga-lembaga nonbank khususnya syariah yang ada, akan tetapi meskipun lembaga-lembaga keuangan syariah mulai menyebar diberbagai pelosok tanah air banyak masyarakat yang belum mengenal produk-produk asuransi syariah. Asuransi syariah merupakan usaha saling melindungi dan tolongmenolong diantara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah. Di Indonesia lembaga syariah sekarang berkembang dengan sangat pesat baik itu asuransi ataupun perbankan dan usaha lainnya yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Menurut Dewan Syariah Nasional (DSN) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) asuransi syariah adalah usaha untuk saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang yang melalui investasi dalam bentuk aset dan atau tabarru" yang

memberikan pola pengambilan untuk menghadapi resiko atau bahaya tertentu melalui akad yang sesuai dengan syariah.

Dalam Al-Qur'an dan Hadits Nabi memang tidak terdapat satu katapun yang mengharuskan umat untuk berasuransi, karena asuransi adalah kegiatan mu'amalah yang datang kemudian setelah zaman Nabi Muhammad Saw. Namun ada beberapa perintah Al-Qur'an dan Hadits yang dalam teknik pelaksanaannya sangat dimungkinkan agar umat khususnya umat islam mengambil langkah agar berasuransi, perintah-perintah tersebut sangat berkaitan kepada kemaslahatan umat itu sendiri agar senantiasa menjaga dirinya, menjaga keluarga dan saudara sesama muslim, menjaga hartanya, menjaga hari depannya. Sebagai firman Allah Swt dan Hadits Nabi Muhammad Saw sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهُدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا
 آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۖ وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا ۗ وَلَا
 يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا ۗ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ
 وَالتَّقْوَىٰ ۗ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya (Q.S Almaidah: 2) (<https://quran.kemenag.go.id/>).

Merujuk kutipan data dari Asosiasi asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) menjelaskan bahwa pada bulan Maret 2020 atau kuartal I didasarkan pada premi

asuransi jiwa, terjadinya penurunan kinerja asuransi jiwa senilai 4,9% (yoy) apabila dibanding dengan periode yang sama pada tahun 2019. Data tersebut didapatkan dari laporan OJK (Otoritas Jasa Keuangan) yang mencatat bahwa terjadinya penurunan perolehan premi asuransi sebesar 13,8% dari laporan per maret 2020. (Siswanto, 2020, hlm. 3). Hal ini mengindikasikan bahwa ada sebagian nasabah yang berhenti menjadi nasabah asuransi syariah.

Selain itu perkembangan Asuransi syariah juga mengalami banyak kendala seperti banyak kompetitor dari sesama perusahaan asuransi syariah serta bank syariah yang menyediakan produk asuransi. Di samping itu rendahnya tingkat literasi masyarakat terkait asuransi syariah yang belumlah menganggap bahwasannya asuransi sebagai suatu kebu tuhan untuk meminimalisir risiko di masa mendatang dan sebagai kendala bagi perusahaan asuransi syariah dalam pengembangan bisnisnya. Hal inilah kemudian memunculkan asumsi bahwa literasi, promosi dan kualitas produk turut menentukan loyalitas nasabah asuransi Syariah termasuk pada Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin.

Literasi asuransi syariah merupakan salah satu bentuk kegiatan dalam mendukung pertumbuhan keuangan syariah di masa depan, termasuk asuransi syariah, karena pemahaman dan kesadaran adalah kunci pertumbuhannya. Namun masih rendahnya pemahaman masyarakat mengenai lembaga keuangan asuransi dan manfaatnya menjadi keprihatinan bersama para pelaku industri.

Literasi asuransi syariah merupakan salah satu bentuk kegiatan dalam mendukung pertumbuhan keuangan syariah di masa depan, termasuk asuransi syariah, karena pemahaman dan kesadaran adalah kunci pertumbuhannya. Namun masih

rendahnya pemahaman masyarakat mengenai lembaga keuangan asuransi dan manfaatnya menjadi keprihatinan bersama para pelaku industri.

Rendahnya literasi masyarakat mengenai asuransi syariah relevan dengan studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti kepada 10 orang responden, dimana dari 10 tersebut hanya 3 orang saja yang mengetahui mengenai asuransi syariah, sementara 7 orang lainnya menyatakan tidak tahu. Literasi asuransi bagi masyarakat itu penting, jika dilakukan pelaksanaan edukasi asuransi tujuannya untuk masyarakat luas agar dapat membantu mengatasi resiko-resiko yang akan terjadi. Bagi masyarakat literasi asuransi memberikan manfaat yang besar, seperti: (1) Membantu mengatasi resiko-resiko yang terjadi seperti kematian, kecelakaan, sakit; (2) Terhindar dari investasi pada instrumen keuangan yang tidak jelas; (3) Mendapat pemahaman mengenai manfaat dan resiko layanan jasa asuransi; (4) Meningkatkan minat nasabah dalam memilih asuransi syariah.

Kurangnya literasi mengenai asuransi syariah ini juga disinyalir disebabkan oleh kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak asuransi termasuk Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin.

Selain literasi asuransi syariah, aspek yang juga turut menentukan loyalitas seorang nasabah terhadap asuransi syariah adalah pelayanan dan kualitas produk. Berbagai macam jenis produk asuransi syariah yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi yaitu asuransi jiwa murni (*al-khairat*), asuransi kecelakaan diri, asuransi jiwa (*takaful falah*), asuransi dana pendidikan (*fulnadi*), asuransi dana pensiun, asuransi kesehatan (*fulmedicare*). Perusahaan asuransi tidak hanya sekadar menggunakan nama syariah, namun perusahaan benar-benar menjalankan sistem asuransi sesuai syariat

agama Islam dalam memenuhi keinginan nasabah. Bahkan kinerjanya diawasi oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) bentukan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Dewan Pengawas Syariah (DPS).

Merujuk pada uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh literasi asuransi syariah, pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh literasi asuransi syariah, pelayanan dan kualitas produk secara parsial terhadap loyalitas nasabah Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin?
2. Apakah terdapat pengaruh literasi asuransi syariah, pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap loyalitas nasabah Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi asuransi syariah, pelayanan dan kualitas produk secara parsial terhadap loyalitas nasabah Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin.

2. Untuk mengetahui pengaruh literasi asuransi syariah, pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap loyalitas nasabah Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi asuransi syariah, pelayanan dan kualitas produk terhadap Loyalitas nasabah Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.

2. Secara Praktis

- a. Bagi peneliti, sebagai penambah pengetahuan penulis dalam pemahaman mengenai pengaruh literasi asuransi syariah, pelayanan dan kualitas produk terhadap Loyalitas nasabah Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin, serta media untuk belajar dalam memecahkan masalah.
- b. Bagi pihak luar, penelitian ini dapat digunakan bahan masukan bagi Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin untuk dapat meningkatkan jumlah nasabah.
- c. Bagi akademisi, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

E. Definisi Operasional

Guna memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam melakukan penelitian guna membantu dalam penulisan skripsi ini, perlu merasa memberikan definisi operasional sebagaimana berikut ini:

1. Literasi Asuransi Syariah

Literasi asuransi syariah merupakan kualitas kemampuan untuk mengenali dan memahami ide-ide yang disampaikan secara visual mengenai asuransi syariah. Literasi asuransi syariah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah literasi asuransi syariah dari nasabah Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin yang tercatat pada tahun 2023 dan diukur melalui indikator: Pengetahuan dasar, pemahaman, kesadaran akan resiko dan pengetahuan manfaat.

2. Pelayanan

Menurut Kotler dkk (2019) Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli / konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang loyal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Pelayanan dalam penelitian ini diukur melalui 4 (empat) indikator menurut Hafidudin & Tanjung (2018, hlm. 63), yakni profesional (*fathanaah*), kesopanan dan keramahan (*tabligh*), jujur (*sidik*) dan amanah.

3. Kualitas Produk

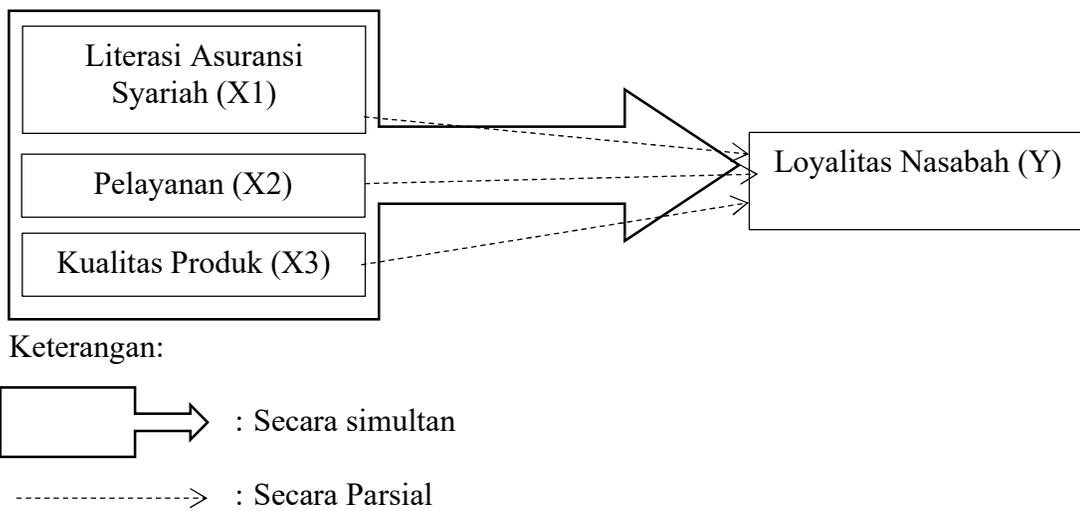
Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan (precision) produk, mudah mengoperasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang nilai. Dari segi pandang pemasaran, kualitas diukur dalam ukuran persepsi pembeli tentang mutu atau kualitas produk tersebut. Kebanyakan produk disediakan atau diadakannya mulanya berawan pada satu diantara empat tingkat kualitas yaitu kualitas rendah, kualitas rata-rata (sedang), kualitas baik (tinggi), dan kualitas sangat baik (Oentoro, 2018, hlm. 128). Kualitas produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kualitas produk Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin yang dilihat melalui indikator: kinerja, fitur produk, keandalan.

4. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah ialah komitmen yang kuat untuk melakukan banyak pembelian berulang dari produk yang dipilih atau menggunakan layanan secara konsisten di masa depan (Cheng & Rashid, 2013, hlm. 102). Loyalitas nasabah dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin yang diukur melalui indikator: kesetiaan terhadap pembelian produk, ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan, dan mereferensikan secara total eksistensi perusahaan.

F. Kerangka Pikir

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 1. 1
Kerangka Pikir

G. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil telaahan terhadap penelitian terdahulu ada beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

Hafsyah (2015) *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kompetensi Agen Terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Takaful Keluarga di Banjarmasin*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan kompetensi agen berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah Asuransi Takaful Keluarga di Banjarmasin. Penelitian ini merupakan field research (penelitian lapangan), bersifat kuantitatif, dengan menggunakan dua variabel bebas yaitu kualitas layanan (X1), dan kompetensi agen (X2), dan menggunakan satu variabel terikat yaitu loyalitas nasabah (Y). Variabel bebas kualitas layanan terdiri dari reliability (X1.1), responsiveness (X1.2), assurance (X1.3), empathy (X1.4), dan tangibles (X1.5) dan variabel bebas

kompetensi agen terdiri dari interpersonal skills (X2.1), salesmanship skills (X2.2), dan technical skills (X2.3). Jumlah populasi pada penelitian ini sebanyak 179 nasabah dengan penarikan sampel menggunakan rumus slovin sebanyak 65 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik angket dan dokumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kompetensi agen berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga di Banjarmasin. Variabel bebas kualitas layanan yang paling berpengaruh terhadap loyalitas nasabah adalah sub variabel empathy dan variabel bebas kompetensi agen yang paling berpengaruh terhadap loyalitas nasabah adalah interpersonal skills.

Mayasari (2016) dalam penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Jasa terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Syariah Cabang Ciputat”. Tujuan penelitian ini adalah menyelidiki Pengaruh kualitas produk jasa terhadap loyalitas nasabah. Metode *purposive sampling* telah dipilih untuk memperoleh data yang dibutuhkan pada studi ini. Sampelnya sebanyak 90 orang responden yang merupakan nasabah AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Ciputat. Analisa data menggunakan program SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk jasa yang terdiri dari lima dimensi yaitu *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menjadikan kualitas produk sebagai salah satu variabel bebas dan menjadikan loyalitas nasabah sebagai variabel terikat. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, jumlah sampel dan waktu penelitian.

Sadewo (2018) dalam penelitian berjudul Pengaruh literasi Asuransi Syariah terhadap Minat Nasabah (Studi pada PT Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Kantor Cabang Lampung). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh literasi terhadap minat nasabah memilih produk asuransi syariah di PT Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Kantor Cabang Lampung. berupa metode observasi, dokumentasi, dan angket. Populasi pada penelitian ini sebanyak 300 dan sampelnya sebanyak 30 yang ditentukan dengan metode slovin. Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana, uji normalitas, dan uji t. Hasil analisis data menunjukkan uji T dengan tingkat signifikansi sebesar 5% dengan taraf signifikan ($\alpha=5\%$), maka $0,04 < \alpha$ maka disimpulkan untuk menerima H_a , yang berarti koefisien regresi literasi asuransi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. thitung sebesar 4,848 sedangkan ttabel sebesar 2,042 artinya thitung lebih besar dari ttabel ($4,848 > 2,042$), hal ini dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menjadikan literasi asuransi syariah sebagai variabel bebas, sementara perbedaannya terletak pada pemilihan variabel terikat dan lokasi penelitian. Selain itu penelitian terdahulu ini menggunakan regresi linier sederhana sementara penelitian sekarang menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hayati (2020) dalam penelitian berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin Dalam Memilih Lembaga Keuangan Untuk Berinvestasi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin Dalam

Memilih Lembaga Keuangan Untuk Berinvestasi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat lapangan (field research), dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner penelitian. Skala pengukuran menggunakan skala likert. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, dari angkatan tahun 2015 – 2019. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan hasil perhitungan rumus slovin berjumlah 96 responden. Analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi sederhana. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Antasari Banjarmasin dalam memilih lembaga keuangan untuk berinvestasi. Sesuai dengan hasil uji T dimana variabel literasi keuangan (X) nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($5,214528 > 1,66123$) dengan nilai signifikan (α) 0,05 maka H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti variabel (X) literasi keuangan berpengaruh terhadap variabel (Y) keputusan investasi.

Syarwani, (2022), dalam penelitian berjudul “Pengaruh Promosi, Citra Merek, dan Tarif Terhadap Loyalitas Konsumen Layanan Pesan Antar Makanan Melalui Grabfood di Kota Amuntai”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel promosi, citra merek, dan tarif terhadap loyalitas konsumen pesan antar makanan melalui Grabfood di kota Amuntai, baik secara simultan maupun secara parsial. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif deskriptif dengan cara penelitian lapangan menggunakan metode survei. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang pernah atau sedang menggunakan layanan Grabfood di kota Amuntai. Dengan metode unknown populations menghasilkan sampel berjumlah 100

responden. Cara mendapatkan data adalah dengan mengisi angket kuesioner. Data tersebut dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, uji koefisien determinasi, uji F, dan uji T menggunakan bantuan SPSS 22 for windows. Hasil analisis data penelitian ini yaitu: adanya pengaruh variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y secara simultan dibuktikan dengan hasil uji Fhitung 78,164 dan Ftabel 2,70, maka $78,164 > 2,70$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dan secara parsial masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

H. Hipotesis

Hipotesis atau kesimpulan yang sifatnya sementara tentang pengaruh variabel yang digunakan dalam model dan yang akan dibuktikan kebenarannya dalam penelitian ini adalah;

Hipotesis 1

H₀₁ : Literasi asuransi syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin.

H_{a1} : literasi asuransi syariah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin.

Hipotesis 2

H₀₂ : Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin.

H_{a2} : Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin.

Hipotesis 3

H₀₃ : Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin.

H_{a3} : Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin.

Hipotesis 4

H₀₄ : Literasi asuransi syariah, pelayanan dan kualitas produk secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin

H_{a4} : Literasi asuransi syariah, pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin

I. Sistematika Pembahasan

Hasil penelitian akan disusun ke dalam 5 (lima) Bab sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan. Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab II Literasi Asuransi syariah, Pelayanans, Kualitas Produk dan Loyalitas Nasabah, yang memuat teori-teori yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.

Bab III Metode Penelitian, berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, Teknik Pengumpulan data, desain pengukuran dan Teknik Analisa Data.

Bab IV Hasil Penelitian, berisi Data Penelitian yang terdiri dari gambaran umum Asuransi Jasindo Syariah Banjarmasin, karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, hasil uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis dan Pembahasan.

Bab V Penutup, berisi simpulan dan saran