

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Laporan Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat diketahui pada tabel sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	77	77 %
Perempuan	23	23%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel yang menunjukkan distribusi jenis kelamin responden, terdapat total 100 orang yang terlibat dalam penelitian ini. Dari jumlah tersebut, 77 orang atau 77% adalah laki-laki, sementara 23 orang atau 23% adalah perempuan. Hasil ini menunjukkan adanya dominasi yang signifikan dari responden laki-laki, yang mencerminkan keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perempuan. Meskipun partisipasi perempuan hanya mencapai 23%, kontribusi mereka tetap penting dan perlu diperhatikan dalam analisis lebih lanjut.

b. Usia Responden

Gambaran responden berdasarkan usia dalam penelitian ini dapat diketahui pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
18,19,20 -29	89	89%
30-39	9	9%
40-49	2	2%
50-59	0	0%
60-69	0	0%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan hasil tabel yang disajikan, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berada dalam kelompok usia 18-29 tahun, dengan jumlah sebanyak 89 orang atau 89% dari total keseluruhan yang berjumlah 100 orang. Kelompok usia selanjutnya, yaitu 30-39 tahun, memiliki jumlah yang jauh lebih sedikit, yaitu 9 orang atau 9%. Sementara itu, kelompok usia 40-49 tahun hanya tercatat 2 orang, yang setara dengan 2%, dan kelompok usia 50-59 serta 60-69 tahun tidak memiliki responden sama sekali, masing-masing dengan persentase 0%. Dari data ini, dapat disimpulkan bahwa hampir seluruh responden berasal dari kelompok usia muda, sedangkan usia yang lebih tua tidak terwakili dalam data ini.

c. Pendidikan Terakhir responden

Gambaran responden berdasarkan pendidikan terakhir dalam penelitian ini dapat diketahui pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
Tidak Tamat SD	0	0%
SD/Sederajat	1	1%
SLTP	4	4%
SLTA	42	42%
Diploma	2	2%
S1	49	49%

S2	2	2%
S3	0	0%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan hasil tabel, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan Strata 1 (S1) dengan persentase sebesar 49% (49 orang), diikuti oleh responden dengan pendidikan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) sebesar 42% (42 orang). Sementara itu, responden dengan pendidikan Diploma dan Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) masing-masing sebesar 2% (2 orang) dan 4% (4 orang), serta hanya 1% (1 orang) yang berpendidikan SD/ sederajat dan 2% (2 orang) yang telah menyelesaikan pendidikan Strata 2 (S2). Tidak ada responden yang tidak tamat SD. Dari data ini, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi, terutama pada jenjang S1 dan SLTA, yang menunjukkan kapasitas intelektual dan pemahaman yang memadai

d. Pekerjaan Responden

Gambaran responden berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini dapat diketahui pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pengusaha/Freelancer	6	6%
Pegawai Swasta	28	28%
Pegawai BUMN	9	9%
Pegawai PNS	6	6%
Mahasiswa/Pelajar	47	47%
Ibu Rumah Tangga	3	3%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah mahasiswa/pelajar dengan persentase sebesar 47% (47 orang), diikuti oleh pegawai swasta sebesar 28% (28 orang). Responden yang bekerja sebagai pegawai BUMN dan pengusaha/freelancer masing-masing sebesar 9% (9 orang) dan 6% (6 orang), sementara pegawai PNS dan ibu rumah tangga memiliki persentase yang sama, yaitu 6% (6 orang) dan 3% (3 orang). Dari data ini, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berasal dari kalangan mahasiswa/pelajar, yang mungkin mencerminkan fokus penelitian pada kelompok usia muda atau akademis, sementara partisipasi dari kelompok pekerja seperti pegawai swasta dan BUMN juga cukup signifikan, menunjukkan keragaman profesi di antara responden.

e. Pendapatan Perbulan Responden

Gambaran responden berdasarkan pendapatan perbulan dalam penelitian ini dapat diketahui pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pendapatan Perbulan	Jumlah	Persentase (%)
< Rp2 juta	54%	54%%
Rp2–5 juta	27	27%
Rp5–10 juta	15	15%
> Rp10 juta	4	4%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan bulanan di bawah Rp2 juta dengan persentase sebesar 48% (48 orang), diikuti oleh responden dengan pendapatan antara Rp2–5 juta sebesar 27% (27 orang). Responden yang memiliki pendapatan antara Rp5–10 juta dan di

atas Rp10 juta masing-masing sebesar 15% (15 orang) dan 4% (4 orang), sementara terdapat 6% (6 orang) responden yang juga memiliki pendapatan di bawah Rp2 juta (kemungkinan duplikasi atau kesalahan dalam tabel). Dari data ini, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berasal dari kelompok berpenghasilan rendah hingga menengah, dengan hampir setengahnya berada pada kategori pendapatan di bawah Rp2 juta.

f. Banjarmasin Wilayah

Gambaran responden berdasarkan domisili responden dalam penelitian ini dapat diketahui pada tabel sebagai berikut.

Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Banjarmasin Wilayah	Jumlah	Persentase (%)
Banjarmasin Utara: Sungai Alalak (Seberang Kecamatan Alalak, Kabupaten Barito Kuala)	38	38%
Banjarmasin Selatan: Kabupaten Banjar (Kecamatan Tatah Makmur)	37	37%
Banjarmasin Timur: Kabupaten Banjar (Kecamatan Sungai Tabuk Dan Kertak Hanyar)	25	25%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel di atas, gambaran responden berdasarkan domisili dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari wilayah Banjarmasin Utara, tepatnya di daerah Sungai Alalak (Seberang Kecamatan Alalak, Kabupaten Barito Kuala) dengan persentase sebesar 38% (38 orang). Diikuti oleh responden dari Banjarmasin Selatan, yaitu Kabupaten Banjar (Kecamatan Tatah Makmur) sebesar 37% (37 orang), dan responden dari Banjarmasin Timur, meliputi Kabupaten Banjar (Kecamatan Sungai Tabuk dan Kertak Hanyar) sebesar 25% (25

orang). Dari data ini, dapat disimpulkan bahwa distribusi responden relatif merata di ketiga wilayah, dengan sedikit dominasi dari wilayah Banjarmasin Utara dan Selatan.

2. Hasil Kuesioner Responden

Dari hasil penyebaran Kuesioner, dapat dijelaskan Hasil kuesioner responden pada penelitian ini sebagai berikut:

1) Asuransi Syariah

Tabel 4. 7 Jawaban Responden Tentang Asuransi Syariah

NO	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	Jumlah
1	Asuransi syariah sesuai dengan nilai-nilai budaya yang saya anut.	3	5	16	57	19	100
2	Lingkungan keluarga saya mendukung saya menggunakan asuransi syariah	3	4	23	47		100
3	Rekomendasi keluarga membuat saya tertarik menggunakan asuransi syariah	3	8	22	43		100
4	Teman atau kerabat saya telah memengaruhi keputusan saya dalam memilih asuransi syariah.	4	8	25	40	24	100
5	Saya memilih asuransi syariah karena sesuai dengan kebutuhan perencanaan keuangan saya	4	4	19	44	29	100
6	Asuransi syariah membantu mencapai tujuan keuangan saya di masa depan	3	5	14	52	26	100
7	Premi asuransi syariah lebih terjangkau dibandingkan asuransi konvensional	4	4	22	44	26	100
8	Manfaat yang diberikan asuransi syariah sesuai dengan biaya yang saya keluarkan	3	6	19	55	17	100

9	Saya merasa lebih tenang menggunakan asuransi syariah dibandingkan asuransi konvensional	2	5	15	49	29	100
10	Saya percaya bahwa asuransi syariah bebas dari unsur riba dan gharar	3	2	13	49	33	100
11	Saya memilih asuransi syariah karena sesuai dengan prinsip agama saya.	2	3	11	48	36	100
12	Asuransi syariah membantu saya menjauhi praktik keuangan yang tidak sesuai syariat	4	6	11	52	27	100
13	Saya memahami bahwa asuransi syariah bebas dari riba dan unsur gharar	4	2	7	53	34	100
14	Pengetahuan saya tentang konsep asuransi syariah memengaruhi keputusan saya memilihnya	5	2	12	61	20	100
15	Saya tertarik menggunakan asuransi syariah sebagai instrumen perencanaan keuangan	3	4	13	53	27	100
16	Saya berencana untuk tetap menggunakan asuransi syariah dalam jangka panjang	5	4	15	46	30	100

1) Tabungan Syariah

Tabel 4. 8 Jawaban Responden Tentang Tabungan Syariah

NO	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	Jumlah
1	Tabungan syariah sesuai dengan kebiasaan budaya saya dalam mengelola keuangan	2	9	3	45	30	100
2	Lingkungan masyarakat saya mendorong penggunaan tabungan syariah	2	7	25	52	14	100
3	Dukungan dari teman dan keluarga mendorong saya memilih tabungan syariah	3	5	26	43	23	100

4	Saya memilih tabungan syariah karena lingkungan sosial saya banyak menggunakannya.	4	7	20	35	34	100
5	Saya merasa tabungan syariah sesuai dengan kebutuhan saya dalam menyimpan dana	3	4	8	49	36	100
6	Tabungan syariah membantu saya merencanakan keuangan dengan lebih baik	3	2	14	53	28	100
7	Biaya administrasi tabungan syariah terjangkau dan sesuai dengan kondisi keuangan saya.	3	5	11	54	27	100
8	Tabungan syariah memberikan manfaat yang sebanding dengan biaya yang dikeluarkan	2	7	12	55	24	100
9	Saya merasa puas dan nyaman menyimpan uang di tabungan syariah.	3	3	11	56	27	100
10	Menggunakan tabungan syariah memberikan ketenangan dalam mengatur keuangan	3	3	12	60	22	100
11	Saya menggunakan tabungan syariah karena ingin menghindari praktik riba	3	5	14	40	38	100
12	Tabungan syariah membuat saya merasa lebih religius dalam mengatur keuangan	4	4	19	47	26	100
13	Saya memahami perbedaan antara tabungan syariah dan tabungan konvensional.	3	3	10	51	33	100
14	Pemahaman saya tentang manfaat tabungan syariah membuat saya yakin untuk menggunakannya	3	0	15	59	23	100
15	Saya tertarik menggunakan tabungan syariah untuk mengelola keuangan saya.	2	4	11	51	32	100
16	Saya berencana untuk terus menggunakan tabungan syariah di masa mendatang	3	7	11	52	27	100

3. Uji Instrumen Penelitian / Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Tabel 4. 9 Data Primer yang diolah peneliti tahun 2025

Variable	Item Pernyataan	R Hitung	R Table	Keterangan
Asuransi Syariah	Budaya 1	0.752	0.1966	VALID
	Budaya 2	0.682	0.1966	
	Sosial 1	0.750	0.1966	
	Sosial 2	0.773	0.1966	
	Pribadi 1	0.782	0.1966	
	Pribadi 2	0.829	0.1966	
	Harga 1	0.756	0.1966	
	Harga 2	0.771	0.1966	
	Psikologis 1	0.763	0.1966	
	Psikologis 2	0.688	0.1966	
	Religiositas 1	0.790	0.1966	
	Religiositas 2	0.717	0.1966	
	Pemahaman Syariah 1	0.810	0.1966	
	Pemahaman Syariah 2	0.740	0.1966	
	Sikap Konsumen 1	0.776	0.1966	
	Sikap Konsumen 2	0.818	0.1966	
Tabungan Syariah	Budaya 1	0.721	0.1966	VALID
	Budaya 2	0.677	0.1966	
	Sosial 1	0.730	0.1966	
	Sosial 2	0.706	0.1966	
	Pribadi 1	0.792	0.1966	
	Pribadi 2	0.784	0.1966	
	Harga 1	0.725	0.1966	
	Harga 2	0.777	0.1966	
	Psikologis 1	0.819	0.1966	
	Psikologis 2	0.819	0.1966	
	Religiositas 1	0.733	0.1966	
	Religiositas 2	0.794	0.1966	
	Pemahaman Syariah 1	0.679	0.1966	
	Pemahaman Syariah 2	0.763	0.1966	
	Sikap Konsumen 1	0.722	0.1966	
	Sikap Konsumen 2	0.759	0.1966	

Hasil uji validitas menggunakan koefisien korelasi Pearson menunjukkan bahwa semua item dari variabel Asuransi Syariah dan Tabungan Syariah dinyatakan valid, karena nilai R Hitung untuk setiap item lebih besar dari nilai R Tabel (0,1966). Semua item yang diuji, termasuk aspek budaya, sosial, pribadi, harga, psikologis, religiositas, pemahaman syariah, dan sikap konsumen, memenuhi kriteria validitas yang ditetapkan, yang berarti bahwa item-item tersebut dapat diandalkan untuk mengukur konstruk yang dimaksud dalam penelitian.

b. Uji Reabilitas

Tabel 4. 10 Data Primer yang diolah peneliti tahun 2025

Variable	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	N of Items	Keterangan
Asuransi Syariah	0.952	0,70	16	Reliabel
Tabungan Syariah	0.947	0,70	16	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang Anda berikan, di mana nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Asuransi Syariah adalah 0,952 dan untuk Tabungan Syariah adalah 0,947, kedua variabel tersebut dapat dianggap reliabel. Nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,6 menunjukkan bahwa kuesioner memiliki konsistensi internal yang baik, dan nilai di atas 0,9 menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa uji reliabilitas untuk kedua variabel tersebut adalah reliabel.

4. Matriks Korelasi

a. Perhitungan Kaiser Meyer Olkin (KMO) dan Bartlett's Test

Berikut adalah Tabel yang berisikan output spss KMO and Bartlett's Test:

Tabel 4. 11 Kaiser Meyer Olkin (KMO) dan Bartlett's Test Output SPSS 2025

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.928
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2746.264
	Df	496
	Sig.	.000

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO MSA), nilai yang diperoleh sebesar 0,928. Nilai ini jauh melebihi batas minimum yang ditentukan, yaitu 0,55, sehingga menunjukkan bahwa data yang digunakan memiliki kecukupan sampel yang sangat baik untuk dilakukan analisis faktor. Selain itu, uji Bartlett's Test of Sphericity menghasilkan nilai Chi-Square sebesar 2746,264 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang berarti bahwa hubungan antar variabel dalam matriks korelasi cukup signifikan. Analisis faktor dapat dilanjutkan karena data memenuhi syarat untuk pengujian lebih lanjut.

b. Measure Of Sampling Adequacy (MSA)

Tabel berikut ini menunjukkan besaran nilai MSA masing-masing variabel. Nilai MSA masing-masing variabel didapatkan dengan melihat tabel anti image matrices pada bagian bawah yaitu pada bagian anti image correlation. Sejumlah angka yang membentuk garis diagonal dan memiliki tanda "a" menandakan nilai atau besaran MSA sebuah variabel.

Tabel 4. 12 Data Hasil Output SPSS 2025

Anti image Correlation	Indikator		Nilai Anti-Image Correlation	Nilai Acuan	Kesimpulan
	Asuransi Syariah	Budaya 1	0.944a		
	Budaya 2	0.934a			

		Sosial 1	0.884a	Sampling Adequacy Terpenuhi
		Sosial 2	0.883a	
		Pribadi 1	0.927a	
		Pribadi 2	0.925a	
		Harga 1	0.914a	
		Harga 2	0.952a	
		Psikologis 1	0.915a	
		Psikologis 2	0.931a	
		Religiositas 1	0.957a	
		Religiositas 2	0.920a	
		Pemahaman Syariah 1	0.953a	
		Pemahaman Syariah 2	0.914a	
		Sikap Konsumen 1	0.931a	
		Sikap Konsumen 2	0.950a	
	Tabungan Syariah	Budaya 1	0.858a	
		Budaya 2	0.902a	
		Sosial 1	0.938a	
		Sosial 2	0.887a	
		Pribadi 1	0.949a	
		Pribadi 2	0.916a	
		Harga 1	0.943a	
		Harga 2	0.946a	
		Psikologis 1	0.946a	
		Psikologis 2	0.944a	
		Religiositas 1	0.917a	
		Religiositas 1	0.951a	
		Pemahaman Syariah 1	0.954a	
Pemahaman Syariah 2	0.919a			
Sikap Konsumen 1	0.943a			
Sikap Konsumen 2	0.921a			

Berdasarkan tabel nilai Anti-Image Correlation, seluruh indikator memiliki nilai di atas 0,55, yang berarti asumsi Measure of Sampling Adequacy (MSA) telah terpenuhi. Dengan demikian, data ini memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut tanpa perlu menghilangkan indikator yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator yang digunakan dalam analisis memiliki tingkat korelasi yang cukup

untuk mendukung analisis faktor, sehingga dapat memberikan hasil yang valid dan relevan sesuai dengan tujuan penelitian.

5. Ekstraksi Faktor

a. Communalities

Berikut ini adalah tabel yang berisikan hasil output SPSS communalities:

Tabel 4. 13 Data Hasil Output SPSS 2025

Communalities			
		Initial	Nilai Extraction
Asuransi Syariah	Budaya 1	1.000	0.641
	Budaya 2	1.000	0.541
	Sosial 1	1.000	0.670
	Sosial 2	1.000	0.644
	Pribadi 1	1.000	0.690
	Pribadi 2	1.000	0.701
	Harga 1	1.000	0.620
	Harga 2	1.000	0.688
	Psikologis 1	1.000	0.648
	Psikologis 2	1.000	0.603
	Religiositas 1	1.000	0.743
	Religiositas 2	1.000	0.637
	Pemahaman Syariah 1	1.000	0.816
	Pemahaman Syariah 2	1.000	0.590
	Sikap Konsumen 1	1.000	0.618
	Sikap Konsumen 2	1.000	0.679
Tabungan Syariah	Budaya 1	1.000	0.691
	Budaya 2	1.000	0.687
	Sosial 1	1.000	0.667
	Sosial 2	1.000	0.712
	Pribadi 1	1.000	0.675
	Pribadi 2	1.000	0.830
	Harga 1	1.000	0.754
	Harga 2	1.000	0.655
	Psikologis 1	1.000	0.682
	Psikologis 2	1.000	0.727
	Religiositas 1	1.000	0.759

1	17.856	55.801	55.801	17.856	55.801	55.801	6.966	21.770	21.770
2	1.641	5.128	60.929	1.641	5.128	60.929	6.342	19.819	41.589
3	1.183	3.697	64.626	1.183	3.697	64.625	4.463	13.946	55.535
4	1.041	3.252	67.878	1.041	3.252	67.877	3.950	12.342	67.877
5	0.885	2.765	70.642						
6	0.838	2.619	73.261						
7	0.765	2.390	75.651						
8	0.717	2.239	77.891						
9	0.641	2.005	79.895						
10	0.592	1.850	81.745						
11	0.574	1.793	83.538						
12	0.517	1.616	85.154						
13	0.489	1.529	86.683						
14	0.434	1.355	88.038						
15	0.420	1.313	89.351						
16	0.410	1.282	90.634						
17	0.340	1.063	91.696						
18	0.322	1.008	92.704						
19	0.292	.914	93.618						
20	0.266	.831	94.449						
21	0.240	.749	95.198						
22	0.235	.733	95.932						
23	0.195	.610	96.541						
24	0.172	.537	97.078						
25	0.168	.524	97.602						
26	0.157	.491	98.093						
27	0.135	.421	98.514						
28	0.123	.384	98.898						
29	0.108	.337	99.235						
30	0.098	.306	99.541						

31	0.086	.269	99.810						
32	0.061	.190	100.000						

Tabel *Total Variance Explained* menjelaskan kontribusi masing-masing variabel dalam analisis terhadap total variasi yang diamati. Penelitian ini menganalisis 32 variabel, menghasilkan 5 komponen. Analisis ini menggunakan dua pendekatan, yaitu *Initial Eigenvalues* dan *Extraction Sums of Squared Loadings*. Pada *Initial Eigenvalues*, terlihat bahwa faktor yang terbentuk memiliki nilai *eigenvalue* lebih dari 1, sementara jumlah total *eigenvalue* dari seluruh variabel mencapai 32, setara dengan jumlah variabel. Di sisi lain, pada bagian *Extraction Sums of Squared Loadings*, terlihat bahwa ada 4 faktor yang terbentuk, dengan nilai *eigenvalue* masing-masing sebesar 17,856, 1,641, 1,183, dan 1,041.

1. Faktor Pertama

Faktor pertama memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 17,856, yang jauh lebih besar dari 1. Nilai ini menunjukkan bahwa faktor pertama mampu menjelaskan 55,801% variasi dalam data. Dengan kontribusi yang sangat besar, faktor pertama menjadi faktor yang paling signifikan dalam menjelaskan variasi variabel yang dianalisis. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar informasi dalam data dapat diwakili oleh faktor ini.

2. Faktor Kedua

Faktor kedua memiliki *eigenvalue* sebesar 1,641, yang juga lebih besar dari 1. Faktor ini menjelaskan tambahan 5,128% variasi dalam data. Ketika faktor pertama dan kedua digabungkan, kedua faktor ini mampu menjelaskan total 60,929% variasi. Meskipun kontribusi faktor kedua lebih

kecil dibandingkan faktor pertama, faktor ini tetap signifikan karena melampaui ambang batas eigenvalue > 1 .

3. Faktor Ketiga

Faktor ketiga menunjukkan eigenvalue sebesar 1,183, yang juga memenuhi syarat sebagai faktor signifikan. Faktor ini menjelaskan 3,697% variasi dalam data. Dengan menambahkan kontribusi dari faktor ketiga ke faktor pertama dan kedua, total variasi yang dapat dijelaskan meningkat menjadi 64,626%. Meskipun kontribusi faktor ketiga lebih kecil dibandingkan faktor sebelumnya, keberadaannya tetap penting dalam memperkaya analisis.

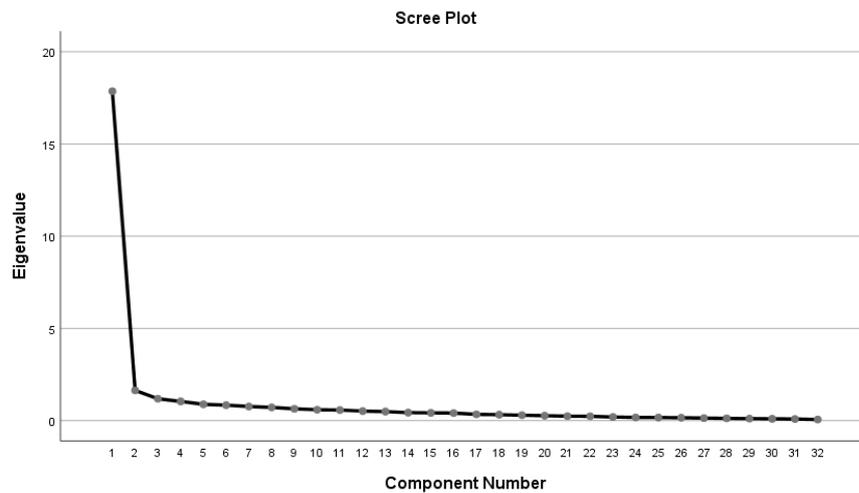
4. Faktor Keempat

Faktor keempat memiliki nilai eigenvalue sebesar 1,041, menjelaskan 3,252% variasi dalam data. Ketika keempat faktor digabungkan, total variasi yang dapat dijelaskan mencapai 67,878%. Faktor keempat menjadi faktor terakhir yang memenuhi kriteria eigenvalue > 1 , sehingga dianggap signifikan dalam analisis.

5. Faktor Kelima hingga Ke-32

Faktor kelima hingga ke-32 memiliki nilai eigenvalue kurang dari 1, sehingga tidak dianggap signifikan dan tidak dihitung sebagai faktor yang mampu menjelaskan variasi dalam data. Dengan demikian, hanya empat faktor yang dapat digunakan untuk menjelaskan variasi dari keseluruhan data, sesuai dengan aturan eigenvalue > 1 .

c. Scree Plot



Gambar 4. 1 Data Hasil Output SPSS 2025

Gambar Scree Plot ini dapat juga menunjukkan jumlah faktor yang terbentuk. Caranya dengan melihat nilai titik Component yang memiliki nilai Eigenvalue > 1 . Dari gambar Scree Plot di atas ada 2 titik Component yang memiliki nilai Eigenvalue > 1 maka dapat diartikan bahwa ada 2 faktor yang dapat terbentuk.

d. Component Matrix

Berikut ini tabel yang berisikan data hasil output spss component matrix:

Tabel 4. 15 Data Hasil Output SPSS 2025

	Component Matrix ^a				
		Component			
		1	2	3	4
Asuransi Syariah	Budaya 1	.733	.035	-.254	-.194
	Budaya 2	.677	.062	-.048	.276
	Sosial 1	.737	.217	-.262	.107
	Sosial 2	.762	.209	-.142	.002
	Pribadi 1	.767	.277	-.149	.048
	Pribadi 2	.816	.030	-.073	-.171
	Harga 1	.747	.195	-.155	.007
	Harga 2	.753	-.132	-.038	-.319

	Psikologis 1	.764	.168	.052	-.180
	Psikologis 2	.689	-.218	.208	.195
	Religiositas 1	.785	-.206	-.086	.277
	Religiositas 2	.706	-.331	.166	.024
	Pemahaman Syariah 1	.821	-.327	.175	-.072
	Pemahaman Syariah 2	.728	-.200	-.139	-.013
	Sikap Konsumen 1	.756	.081	-.135	-.148
	Sikap Konsumen 2	.795	-.078	-.001	-.202
Tabungan Syariah	Budaya 1	.677	.358	.323	-.003
	Budaya 2	.650	.207	.460	.097
	Sosial 1	.696	.421	.074	.004
	Sosial 2	.669	.362	.298	-.212
	Pribadi 1	.777	.102	.048	.242
	Pribadi 2	.791	-.073	-.106	.433
	Harga 1	.743	.097	-.439	-.025
	Harga 2	.780	-.012	-.212	.034
	Psikologis 1	.802	-.026	.143	-.132
	Psikologis 2	.816	-.236	.026	-.074
	Religiositas 1	.739	-.393	-.098	.222
	Religiositas 2	.791	-.153	.232	-.096
	Pemahaman Syariah 1	.687	.309	-.080	.008
	Pemahaman Syariah 2	.721	.047	.264	.321
	Sikap Konsumen 1	.726	-.287	.051	-.210
	Sikap Konsumen 2	.758	-.325	.022	-.190

Berdasarkan tabel Component Matrix di atas, dapat diketahui distribusi 32 variabel yang ada dalam penelitian ini pada enam faktor yang terbentuk. Dalam tabel tersebut, angka-angka yang ada di dalam tabel disebut *Loading Factor*. *Loading Factor* akan menunjukkan besarnya korelasi antara sebuah variabel dengan faktor pertama, faktor kedua, faktor ketiga dan faktor ke empat.

Nilai *loading factor* yang tinggi, biasanya di atas 0.4 atau 0.5, menandakan bahwa variabel tersebut memiliki hubungan yang kuat dengan faktor tersebut, sementara nilai yang rendah menunjukkan kontribusi yang minimal. Oleh karena

itu, tabel Component Matrix yang menunjukkan *loading factor* dapat digunakan untuk menggambarkan variabel-variabel yang membentuk faktor, di mana variabel dengan *loading factor* tinggi dianggap sebagai pembentuk utama dari faktor yang bersangkutan.

e. Rotated Component Matrix

Berikut ini adalah tabel yang berisikan hasil dari rotasi faktor:

Tabel 4. 16 Data Hasil Output SPSS 2025

		Rotated Component Matrix ^a			
		Component			
		1	2	3	4
Asuransi Syariah	Budaya 1	.459	.621	.176	.114
	Budaya 2	.216	.405	.279	.503
	Sosial 1	.200	.673	.259	.332
	Sosial 2	.286	.609	.354	.257
	Pribadi 1	.222	.640	.388	.282
	Pribadi 2	.525	.533	.331	.177
	Harga 1	.282	.604	.330	.258
	Harga 2	.668	.422	.244	.065
	Psikologis 1	.428	.474	.476	.117
	Psikologis 2	.478	.120	.301	.519
	Religiositas 1	.446	.380	.143	.615
	Religiositas 2	.637	.130	.225	.405
	Pemahaman Syariah 1	.747	.199	.290	.367
	Pemahaman Syariah 2	.539	.419	.104	.336
	Sikap Konsumen 1	.438	.563	.291	.157
	Sikap Konsumen 2	.608	.428	.311	.173
Tabungan Syariah	Budaya 1	.208	.293	.723	.197
	Budaya 2	.262	.107	.711	.318
	Sosial 1	.139	.507	.597	.185
	Sosial 2	.295	.331	.718	.009
	Pribadi 1	.278	.411	.414	.507
	Pribadi 2	.288	.436	.200	.719
	Harga 1	.318	.766	.079	.243
	Harga 2	.415	.573	.184	.347

	Psikologis 1	.565	.344	.438	.228
	Psikologis 2	.665	.341	.239	.334
	Religiositas 1	.565	.291	.010	.596
	Religiositas 1	.637	.217	.418	.291
	Pemahaman Syariah 1	.184	.565	.422	.208
	Pemahaman Syariah 2	.274	.195	.500	.576
	Sikap Konsumen 1	.714	.267	.196	.193
	Sikap Konsumen 2	.744	.287	.166	.232

Rotasi faktor bertujuan untuk memperjelas variabel-variabel yang masuk ke dalam faktor-faktor yang telah terbentuk. Berikut ini adalah pengelompokan variabel ke dalam tiga faktor utama sesuai dengan hasil rotasi yang telah dilakukan:

Asuransi Syariah

1. Faktor 1:

Faktor ini didominasi oleh variabel-variabel yang berkaitan dengan Pemahaman Syariah dan Sikap Konsumen. Variabel dengan *loading factor* tertinggi adalah; Pemahaman Syariah 1 (.747), Pemahaman Syariah 2 (.539), Sikap Konsumen 2 (.608), Religiositas 2 (.637). Faktor ini mencerminkan pemahaman konsumen terhadap prinsip syariah dan sikap mereka terhadap produk asuransi syariah.

2. Faktor 2:

Faktor ini terkait dengan Budaya, Sosial, dan Harga. Variabel dengan *loading factor* tertinggi adalah; Sosial 1 (.673), Budaya 1 (.621), Harga 1 (.604), Pribadi 1 (.640). Faktor ini menggambarkan pengaruh budaya, sosial, dan pertimbangan harga dalam keputusan konsumen memilih asuransi syariah.

3. Faktor 3:

Faktor ini mencakup variabel-variabel yang berkaitan dengan Psikologis dan Pribadi. Variabel dengan *loading factor* tertinggi adalah; Psikologis 1 (.476), Pribadi 2 (.388), Psikologis 2 (.301) Faktor ini merepresentasikan aspek psikologis dan kepribadian yang memengaruhi keputusan konsumen.

4. Faktor 4:

Faktor ini didominasi oleh variabel-variabel Religiositas dan Budaya. Variabel dengan *loading factor* tertinggi adalah; Religiositas 1 (.615), Budaya 2 (.503), Psikologis 2 (.519). Faktor ini menunjukkan tingkat religiositas dan pengaruh budaya dalam konteks keagamaan.

Tabungan Syariah

1. Faktor 1:

Faktor ini didominasi oleh variabel-variabel yang berkaitan dengan Sikap Konsumen dan Psikologis. Variabel dengan *loading factor* tertinggi adalah; Sikap Konsumen 1 (.714), Sikap Konsumen 2 (.744), Psikologis 2 (.665). Faktor ini mencerminkan sikap dan persepsi psikologis konsumen terhadap tabungan syariah.

2. Faktor 2:

Faktor ini terkait dengan Harga dan Sosial. Variabel dengan *loading factor* tertinggi adalah; Harga 1 (.766), Harga 2 (.573), Sosial 1 (.507) Faktor ini

menggambarkan pengaruh harga dan faktor sosial dalam keputusan konsumen memilih tabungan syariah.

3. Faktor 3:

Faktor ini mencakup variabel-variabel yang berkaitan dengan Budaya dan Pemahaman Syariah. Variabel dengan *loading factor* tertinggi adalah; Budaya 1 (.723), Budaya 2 (.711), Pemahaman Syariah 2 (.500). Faktor ini merepresentasikan pengaruh budaya dan pemahaman syariah dalam konteks tabungan syariah.

4. Faktor 4:

Faktor ini didominasi oleh variabel-variabel Pribadi dan Religiositas. Variabel dengan *loading factor* tertinggi adalah; Pribadi 2 (.719), Religiositas 1 (.596), Pribadi 1 (.507). Faktor ini menunjukkan aspek kepribadian dan tingkat religiositas yang memengaruhi keputusan konsumen.

Dari hasil rotasi faktor, terlihat bahwa Asuransi Syariah dan Tabungan Syariah memiliki faktor-faktor yang serupa namun dengan variabel dominan yang berbeda. Asuransi syariah lebih dipengaruhi oleh pemahaman syariah dan sikap konsumen, sementara tabungan syariah lebih dipengaruhi oleh sikap konsumen dan pertimbangan harga. Religiositas dan budaya juga memainkan peran penting dalam kedua produk syariah ini, meskipun dengan tingkat pengaruh yang berbeda.

B. Hasil Penelitian

Berikut ini adalah tabel yang berisikan pengelompokan variabel dalam penelitian ini kedalam faktor-faktor:

Tabel 4. 17 Penamaan Faktor 1 Asuransi Syariah

Asuransi Syariah		
Component	Nama faktor	<i>Loading</i>
Faktor 1	Faktor Pemahaman dan Religiositas	(0.747)
		(0.539)
		(0.608)
		(0.637)

Faktor pertama dalam penelitian ini dinamakan Faktor Pemahaman dan Religiositas. Faktor ini memiliki persentase varian tertinggi, yaitu 55.801%, yang menunjukkan pengaruh paling dominan dalam penelitian. Faktor ini terdiri dari variabel seperti Pemahaman Syariah 1, Pemahaman Syariah 2, Sikap Konsumen 2

Religiositas 2, yang mencerminkan tingkat pemahaman individu terhadap prinsip-prinsip syariah serta sikap mereka terhadap layanan asuransi syariah. Semakin tinggi pemahaman seseorang mengenai syariah, semakin besar kemungkinan mereka memiliki sikap positif terhadap asuransi syariah. Faktor karakteristik produk memiliki nilai percentage of variance sebesar 55.801%.

Tabel 4. 18 Penamaan Faktor 2 Asuransi Syariah

Asuransi Syariah		
Component	Nama faktor	<i>Loading</i>
Faktor 2	Faktor Sosial, Budaya, dan Harga	(0.673)
		(0.621)
		(0.604)
		(0.640)

Faktor kedua dinamakan "Faktor Sosial, Budaya, dan Harga". Faktor ini mencakup variabel seperti Sosial 1, Budaya 1, Harga 1, Pribadi 1. Variabel-variabel ini memiliki *loading factor* yang cukup signifikan, yaitu di atas 0.6, yang menunjukkan bahwa aspek sosial, budaya, dan harga memiliki pengaruh besar dalam membentuk faktor ini. Faktor karakteristik produk memiliki nilai percentage of variance sebesar 5.128%.

Tabel 4. 19 Penamaan Faktor 3 Asuransi Syariah

Asuransi Syariah		
Component	Nama faktor	<i>Loading</i>
Faktor 3	Faktor Psikologis dan Pribadi	(0.476)
		(0.388)
		(0.301)

Faktor ketiga dinamakan "Faktor Psikologis dan Pribadi". Faktor ini terdiri dari variabel seperti Psikologis 1, Pribadi 2, dan Psikologis 2. Meskipun *loading factor* untuk variabel ini relatif lebih rendah, yaitu di bawah 0.5, faktor ini tetap memiliki pengaruh dalam membentuk persepsi dan keputusan konsumen terkait asuransi syariah. Faktor karakteristik produk memiliki nilai percentage of variance sebesar 3.697%.

Tabel 4. 20 Penamaan Faktor 4 Asuransi Syariah

Asuransi Syariah		
Component	Nama faktor	<i>Loading</i>
Faktor 4	Faktor Religiositas dan Budaya	(0.615)
		(0.503)
		(0.519)

Faktor keempat dinamakan "Faktor Religiositas dan Budaya". Faktor ini mencakup variabel seperti Religiositas 1, Budaya 2, dan Psikologis 2. Variabel-

variabel ini memiliki *loading factor* yang cukup signifikan, yaitu di atas 0.5, yang menunjukkan bahwa tingkat religiositas dan aspek budaya masih memainkan peran dalam membentuk faktor ini. Faktor karakteristik produk memiliki nilai *percentage of variance* sebesar 3.252%.

Tabel 4. 21 Penamaan Faktor 1 Tabungan Syariah

Tabungan Syariah		
Component	Nama faktor	<i>Loading</i>
Faktor 1	Faktor Sikap Konsumen dan Psikologis	(0.714) (0.744) (0.665)

Faktor pertama dalam penelitian ini dinamakan "Faktor Sikap Konsumen dan Psikologis". Faktor ini mencakup variabel seperti Sikap Konsumen 1, Sikap Konsumen 2, dan Psikologis 2. Variabel ini memiliki *loading factor* yang cukup tinggi, yaitu di atas 0.65, yang menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap tabungan syariah dan aspek psikologis memainkan peran penting dalam membentuk faktor ini. Faktor karakteristik produk memiliki nilai *percentage of variance* sebesar 55.801%.

Tabel 4. 22 Penamaan Faktor 2 Tabungan Syariah

Tabungan Syariah		
Component	Nama faktor	<i>Loading</i>
Faktor 2	Faktor Harga dan Sosial	(0.766) (0.573) (0.507)

Faktor kedua dinamakan "Faktor Harga dan Sosial". Faktor ini terdiri dari variabel seperti Harga 1, Harga 2, dan Sosial 1. Variabel ini memiliki *loading factor* yang cukup signifikan, yaitu di atas 0.5, yang menunjukkan bahwa aspek

harga dan pengaruh sosial memiliki pengaruh besar dalam membentuk faktor ini. Faktor karakteristik produk memiliki nilai *percentage of variance* sebesar 5.128%.

Tabel 4. 23 Penamaan Faktor 3 Tabungan Syariah

Tabungan Syariah		
Component	Nama faktor	<i>Loading</i>
Faktor 3	Faktor Budaya dan Pemahaman Syariah	(0.723) (0.711) (0.500).

Faktor ketiga dinamakan "Faktor Budaya dan Pemahaman Syariah". Faktor ini mencakup variabel seperti Budaya 1, Budaya 2, dan Pemahaman Syariah 2. Variabel-variabel ini memiliki *loading factor* yang cukup tinggi, yaitu di atas 0.5, yang menunjukkan bahwa aspek budaya dan pemahaman terhadap prinsip-prinsip syariah memainkan peran dalam membentuk faktor ini. Faktor karakteristik produk memiliki nilai *percentage of variance* sebesar 3.697%.

Tabel 4. 24 Penamaan Faktor 4 Tabungan Syariah

Tabungan Syariah		
Component	Nama faktor	<i>Loading</i>
Faktor 4	Faktor Pribadi dan Religiositas	(0.719) (0.596) (0.507)

Faktor keempat dinamakan "Faktor Pribadi dan Religiositas". Faktor ini terdiri dari variabel seperti Pribadi 2, Religiositas 1, dan Pribadi 1. Variabel-variabel ini memiliki *loading factor* yang cukup signifikan, yaitu di atas 0.5, yang menunjukkan bahwa aspek pribadi dan tingkat religiositas memainkan peran dalam membentuk faktor ini. Faktor karakteristik produk memiliki nilai *percentage of variance* sebesar 3.252%

C. Analisis Data

1. Faktor yang memengaruhi preferensi perencanaan keuangan Masyarakat Kota Banjarmasin terhadap Asuransi syariah dan Tabungan syariah sebagai pilihan instrumen dalam perencanaan keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki preferensi positif terhadap Asuransi Syariah dan Tabungan Syariah sebagai instrumen perencanaan keuangan mereka. Faktor-faktor seperti pemahaman syariah, religiositas, dan faktor sosial-budaya berperan penting dalam keputusan ini.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Arifin dkk. (2022), yang mengidentifikasi bahwa preferensi masyarakat terhadap Pegadaian Syariah dipengaruhi oleh faktor religius, kepercayaan, dan pelayanan, di mana pelayanan menjadi faktor dominan meskipun objek penelitian berbeda, kesamaan muncul pada signifikansi faktor religius dan sosial dalam membentuk preferensi masyarakat terhadap produk keuangan syariah.

Penelitian Asnawi dkk. (2023) juga mendukung temuan ini, di mana literasi dan religiositas berpengaruh terhadap preferensi masyarakat terhadap bank syariah. Ini mempertegas bahwa aspek pemahaman dan nilai-nilai keagamaan menjadi pilar utama dalam keputusan keuangan berbasis syariah.

Sehingga dapat disimpulkan Hasil penelitian mengenai tanggapan responden menunjukkan bahwa tanggapan responden menunjukkan bahwa mayoritas responden Kota Banjarmasin memiliki preferensi yang positif terhadap Asuransi Syariah dan Tabungan Syariah sebagai instrumen dalam perencanaan keuangan

mereka. Hal ini terlihat dari tingginya tingkat persetujuan terhadap variabel-variabel yang berkaitan dengan pemahaman syariah, sikap konsumen, religiositas, serta faktor sosial dan budaya. Hal ini terkait dengan produk-produk dari pemahaman dan sikap konsumen yang merupakan produk-produk keuangan syariah. Responden menyadari pentingnya perlindungan dan investasi yang sesuai dengan prinsip syariah, yang lebih dari sekadar memilih asuransi syariah dan tabungan syariah sebagai pilihan utama dalam perencanaan keuangan mereka.

2. Faktor yang paling dominan pada preferensi masyarakat kota Banjarmasin dalam memilih instrumen perencanaan keuangan Asuransi syariah dan Tabungan syariah sebagai pilihan instrumen dalam perencanaan keuangan.

Temuan ini selaras dengan penelitian Puspharini dan Hidayati (2016), yang menekankan pentingnya perencanaan keuangan keluarga melalui optimalisasi investasi pada tabungan dan asuransi. Untuk mencapai tujuan finansial Mereka menunjukkan bahwa keputusan keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh aspek rasional, tetapi juga oleh nilai-nilai pribadi dan tujuan hidup yang berlandaskan prinsip syariah.

Penelitian Hestiningrum (2023) yang membahas literasi dan perencanaan keuangan pada keluarga lansia menunjukkan bahwa tingkat pemahaman finansial sangat memengaruhi kualitas keputusan keuangan. Ini memperkuat bahwa pemahaman syariah sebagai bentuk literasi keuangan menjadi faktor kritis dalam preferensi masyarakat Banjarmasin.

Sehingga dapat disimpulkan Faktor yang paling dominan pada preferensi masyarakat Kota Banjarmasin dalam memilih instrumen perencanaan keuangan

Asuransi Syariah dan Tabungan Syariah dapat dilihat dari hasil analisis faktor. Untuk Asuransi Syariah, faktor dominan adalah Pemahaman dan Religiositas dengan percentage of variance sebesar 55.801%, di mana variabel Pemahaman Syariah 1 (0.747) memiliki loading factor tertinggi, mencerminkan bahwa pemahaman mendalam tentang prinsip syariah sangat memengaruhi preferensi masyarakat.

Untuk Tabungan Syariah, faktor dominan adalah Sikap Konsumen dan Psikologis dengan percentage of variance juga sebesar 55.801%, di mana variabel Harga 1 (0.766) menjadi yang tertinggi, menunjukkan bahwa aspek praktis seperti pertimbangan harga lebih relevan bagi masyarakat. Perbandingan ini menunjukkan bahwa masyarakat Kota Banjarmasin cenderung lebih memilih Tabungan Syariah karena faktor-faktornya lebih praktis dan sesuai dengan kebutuhan sehari-hari dibandingkan Asuransi Syariah, yang lebih abstrak dan memerlukan pemahaman mendalam tentang prinsip syariah