

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data Responden

Penelitian ini dilakukan pada pengusaha arang di Desa Ranggung Dalam, Kecamatan Takisung Kabupaten Tanah Laut. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 68 responden, yang dipilih berdasarkan teknik *purposivel sampling*. Para responden dalam penelitian ini menunjukkan keragaman karakteristik, mencakup aspek jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan lama bekerja, maupun tingkat pendapatan. Analisis data ini dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai mengenai latarl belakang responden dalam penelitian ini.

Penelitian ini terfokus pada penduduk yang aktifl bekerja sebagai pengusaha arang di Desa Ranggung Dalam, Berdasarkan data Profil Desa dan Kelurahan Desa Ranggung Dalam tahun 2024, tercatat sebanyak 238 warga yang aktifl menjalankan usaha arang, sementara 539 orang lainnya berperan sebagai buruh harian lepas dalam sektor tersebut.

2. Demografi Responden

Pada penelitian ini, responden yang terlibat merupakan para pengusaha arang yang berada di Desa Ranggung Dalam,

Kecamatan Takisung, Kabupaten Tanah Laut. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang mencakup aspek literasi keuangan syariah, promosi, dan minat dalam menggunakan asuransi jiwa syariah. Berikut ini merupakan gambaran karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan terakhir, lama bekerja, serta pendapatan per bulan:

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden

Kategori	Sub-Kategori	Jumlah	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	45	66
	Perempuan	23	34
Usia	20-30 Tahun	28	41
	31-40 Tahun	22	32
	41-50 Tahun	12	18
	Lebih dari 50 Tahun	6	9
Pendidikan	SD	5	7
	SMP	15	22
	SMA	36	53
	Perguruan Tinggi	12	18
Lama Bekerja	Kurang dari 1 Tahun	5	7
	1-3 Tahun	15	22
	4-5 Tahun	18	26
	Lebih dari 5 Tahun	30	44
Pendapatan/Bulan	< Rp. 2.000.000	10	15
	RP. 2.000.000 – Rp. 5.000.000	38	56
	Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000	15	22
	➤ Rp. 10.000.000	5	7

*Keterangan:*Data karakteristik responden (n=68).

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah laki-laki, dengan distribusi usia yang dominan pada rentang 20–30 tahun dan 31–40 tahun. Mayoritas dari mereka berpendidikan terakhir SMA dan telah menjalani profesi sebagai pengusaha arang selama lebih dari lima tahun. Selain itu, pendapatan bulanan sebagian besar pengusaha arang berada pada kisaran Rp2.000.000 hingga Rp5.000.000.

3. Uji Hasil Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah setiap pertanyaan-pertanyaan surat kusioner bisa mengungkapkan surat kusioner bisa mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kusioner tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dengan korelasi antara skor butir pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel valid. Seluruh responden dimuat dalam uji validitas, yang selanjutnya diperoleh koefisien korelasi. Product moment dari hasil perhitungan, kemudian membandingkan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} tabel product moment. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat dikatakan valid.

Dalam menguji kevalidan ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi agar surat variable dikatakan valid, yaitu:

- 1) Tingkat signifikan sebesar 0,05
- 2) Jika R_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilainya positif maka butir pernyataan dari masing-masing indikator dinyatakan valid.

Untuk memastikan suatu variabel atau item dalam kuesioner dinyatakan valid, ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi. Pertama, Tingkat signifikansi yang diterapkan adalah 0,05, yang menunjukkan bahwa terdapat toleransi sebesar 5% terhadap kemungkinan kesalahan dalam menyatakan bahwa suatu item valid, padahal sebenarnya tidak valid.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R hitung	R. tabel	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	X1.1	0,654	0,235	Valid
	X1.2	0,833	0,235	Valid
	X1.3	0,856	0,235	Valid
	X1.4	0,713	0,235	Valid
	X1.5	0,77	0,235	Valid
Promosi (X2)	X2.1	0,759	0,235	Valid
	X2.2	0,758	0,235	Valid
	X2.3	0,756	0,235	Valid
	X2.4	0,803	0,235	Valid
	X2.5	0,843	0,235	Valid
Minat Menggunakan Asuransi Jiwa Syariah (Y)	Y1	0,862	0,235	Valid
	Y2	0,807	0,235	Valid
	Y3	0,837	0,235	Valid
	Y4	0,837	0,235	Valid
	Y5	0,818	0,235	Valid

Merujuk pada tabel diatas, maka disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan mengenai literasi keuangan nilai $r_{hitung} > r_{tabel} (0,235)$ sehingga dapat dibuktikan bahwa semua item pernyataan kuesioner tersebut valid dan layak digunakan dalam penelitian. Berdasarkan tabel tersebut disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan mengenai promosi, nilai $r_{hitung} > r_{tabel} (0,235)$ sehingga dapat dinyatakan bahwa semua item pernyataan kuesioner tersebut valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan mengenai minat menggunakan asuransi jiwa, nilai $r_{hitung} > r_{tabel} (0,235)$ sehingga dapat dinyatakan bahwa semua item pernyataan kuesioner tersebut valid dan layak digunakan dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indikator tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Suatu pengukuran bisa dikatakan reliabel jika konsisten memberikan jawaban yang sama.

Uji Reliabilitas digunakan untuk menunjukan seberapa tinggi suatu instrument yang dapat dipercaya, artinya reliabilitas menyangkut ketepatan alat ukur. Dalam penelitian uji reliabilitas menggunakan pengukuran alfa cronbach dengan bantuan Eviews 12.

Untuk menentukan instrument tersebut reliabel atau tidak, pengukurannya adalah dengan menggunakan analisis reability merlauri cronbach alpha, apabila nilainya lebih besar dari 0,60 cronbach alpha.

Dari hasil pengujian reliabilitas penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Syarat	Keterangan
Literasi Keuangan	0,826	> 0,60	Reliabel
Promosi	0,841		Reliabel
Minat Menggunakan Asuransi Jiwa Syariah	0,904		Reliabel

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa variabel literasi keuangan, promosi, dan minat menggunakan asuransi jiwa syariah telah memenuhi kriteria reliabilitas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Cronbach's Alpha masing- masing variabel yang melebihi angka 0,60, yaitu literasi keuangan sebesar 0,826, promosi sebesar 0,841, dan minat menggunakan asuransi jiwa syariah sebesar 0,904.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah data dalam model regresi mengikuti distribusi normal atau tidak. Distribusi normal merupakan salah satu asumsi

penting dalam analisis regresi linierl klasik, karena salah satu anggapan dasar dalam analisis regresi adalah bahwa residual (galat) harus terdistribusi secara normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan *One- Samplel Kolmogorov-Smirnov Test* pada nilai unstandardized residual.

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah sebagai berikut:

Jika nilai signifikansi (Asymp. Sig.) $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

Jika nilai signifikansi (Asymp. Sig.) $\leq 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas

Nilai Signifikansi	Asumsi Normalitas	Keterangan
0.000	< 0.05	Data tidak berdistribusi normal

Berdasarkan hasil yang diperoleh, nilai signifikansi sebesarl 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa data tersebut tidak mengikuti distribusi normal. Suatu data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Dalam konteks penelitian, data yang berdistribusi normal umumnya dianggap lebih baik untuk dianalisis.

5. Uji Hipotesis

Dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan syariah dan promosi terhadap minat pengusaha dalam menggunakan asuransi jiwa syariah.

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen (literasi keuangan syariah dan promosi) terhadap variabel dependen (minat) secara terpisah. Uji t digunakan untuk menguji apakah setiap variabel independen secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independennya adalah literasi keuangan syariah dan promosi, sedangkan variabel dependennya adalah minat menggunakan asuransi jiwa syariah. Kriteria pengambilan keputusan untuk uji t adalah sebagai berikut:

Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Jika nilai signifikansi (Sig.) $\geq 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 5 Hasil Uji t (Uji Parsial)

Variabel	B	Std. Error	t-Statistic	Sig. (Prob)	Keterangan
(Konstanta)	-0,893	1,142	-0,782	0,437	Tidak signifikan
Literasi Keuangan Syariah	0,353	0,075	4,715	0,000	Signifikan
Promosi	0,887	0,078	11,394	0,000	Signifikan

Sumber: Output SPSS, 2025

Keterangan: $\alpha = 0,05$

Tabel 4. 6 Keterangan Uji-t Hipotesis

Variabel	Asumsi Signifikansi ($\alpha = 0,05$)	Sig. (p-value)	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah	0,05	0,000	signifikan
Promosi	0,05	0,000	Signifikan
Konstanta	0,05	0,437	Tidak Signifikan

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui bahwa:

- 1) Dari hasil uji t yang sudah dilakukan, diketahui bahwa literasi keuangan (X1) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan asuransi jiwa (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{tabel} 1,996. Berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,715 > 1,996$) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 terdukung.
- 2) Dari hasil uji t yang sudah dilakukan, diketahui bahwa promosi (X2) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan asuransi jiwa (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{tabel} 1,996. Berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,394 > 1,996$) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 terdukung.

Hipotesis:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

Interpretasi: Jika nilai signifikansi (p-value) < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji variable literasi keuangan syariah dan promosi secara simultan atau bersama- sama mempunyai pengaruh terhadap minat pengusaha arang dalam memilih produk asuransi jiwa syariah di Desa Ranggung Dalam Kecamatan Takisung Kabupaten Tanah Laut.

Tabel 4. 7 Hasil Uji F (Uji Simultan)

Sumber Variasi	Mean Square	F hitung	Sig.
Regression	383,953	275,231	0
Residual	1,395		
Total			

Berdasarkanl tabell diatasl diperolehl hasill ujil fl hitungl sebesarl 275,231 > dari fl tabel sebesar 3,130 dengan tarafil signikansi sebesarl 0,000 < 0,05 maka hipotesis ketiga diterima. Hal ini berarti ketiga variabel literasi keuangan (X1) dan promosi (X2) secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap minat menggunakan asuransi jiwa syariah(Y).

Hipotesis:

H0: Tidak ada pengaruh signifikan antara semua variabel independen dan variabel dependen.

H1: Ada pengaruh signifikan antara semua variabel independen dan variabel dependen.

Interpretasi: Jika nilai signifikansi (p-value) < 0.05, maka H0 ditolak dan H1 diterima.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu dimana hasil simultan signifikan, yaitu dimana hasil analisis kuantitatif menunjukkan bahwa secara simultan literasi keuangan, kemudahan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Shopee Paylater. Secara individual, hanya keamanan yang berpengaruh positif dan signifikan. Literasi keuangan dan kemudahan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara individual. Penggunaan Shopee Paylater bukan merupakan variabel intervening yang signifikan antara literasi keuangan, kemudahan dan keamanan dengan perilaku pembelian impulsive (Nurul Azizah, & Jaya Ramadaey Bangsa. 2024).

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi Variabel dependen dependen. Nilai Koefisiensi determinasi. (R^2) antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan informasi yang hampir serupa dalam memprediksi variabel dependen. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut analisis hasil dari uji Koefisien determinasi (R^2) Interpretasi: Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1.

Semakin tinggi nilainya, semakin baik model regresi dalam menjelaskan data. Nilai R-squared sebesar 0.55 menunjukkan bahwa 55% variasi minat responden terhadap asuransi jiwa syariah dapat dijelaskan oleh literasi keuangan syariah dan promosi.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,742	0,55	0,54	1,18

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan, terlihat bahwa secara parsial setiap variabel independen memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Demikian pula, secara simultan, kedua variabel independen tersebut menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi dan intensitas promosi, maka semakin besar pula dorongan terhadap peningkatan minat beli.

Temuan ini konsisten sejalan dengan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Selain itu, temuan dalam penelitian ini juga konsisten dengan hasil-hasil penelitian terdahulu. Hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui variabel literasi keuangan syariah dan promosi terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan asuransi jiwa syariah di kalangan pengusaha arang di Desa Ranggung Dalam, Kecamatan Takisung, Kabupaten Tanah Laut. Temuan ini memberikan gambaran bahwa aspek pengetahuan keuangan dan strategi promosi yang tepat memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran dan ketertarikan masyarakat terhadap produk-produk keuangan syariah.

khususnya asuransi jiwa syariah. Penjelasan lebih rinci mengenai pengaruh masing-masing variabel akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menggunakan Asuransi Jiwa Syariah

Berdasarkan hasil uji t parsial, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ untuk variabel literasi keuangan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap minat pengusaha arang dalam menggunakan asuransi jiwa syariah. Koefisien regresi sebesar 0,353 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan pada literasi keuangan syariah akan diikuti oleh peningkatan minat dalam menggunakan asuransi jiwa syariah, dengan asumsi variabel lain tetap.

Hasil ini selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Lusardi dan Mitchell (2014) yang menyatakan bahwa literasi keuangan adalah pemahaman individu terhadap konsep dan risiko keuangan, termasuk kemampuan untuk mengambil keputusan keuangan yang efektif. Dalam konteks keuangan syariah, literasi ini mencakup pemahaman tentang prinsip-prinsip syariah seperti larangan riba, ketidakpastian (gharar), dan keadilan dalam transaksi.

Pemahaman mengenai prinsip-prinsip dasar dalam keuangan syariah, Pemahaman mengenai produk keuangan syariah seperti tabungan, investasi, dan asuransi serta pemahaman tentang prinsip-prinsip syariah, termasuk riba, gharar, dan maysir. Pengetahuan tentang produk-produk

keuangan syariah (termasuk asuransi jiwa syariah) Jenis-jenis produk asuransi jiwa syariah serta manfaat mengenai asuransi jiwa syariah. ar dalam keuangan syariah, Pemahaman mengenai produk keuangan syariah seperti tabungan, investasi, dan asuransi serta pemahaman tentang prinsip-prinsip syariah, termasuk riba, gharar, dan maysir. Pengetahuan tentang produk-produk keuangan syariah (termasuk asuransi jiwa syariah) Jenis-jenis produk asuransi jiwa syariah serta manfaat mengenai asuransi jiwa syariah. Pengetahuan tentang hukum dan prinsip syariah yang berkaitan dengan keuangan. Prinsip larangan riba, gharar, dan maysir serta prinsip bagi hasil dan akad dalam keuangan syariah.

Minimnya pengetahuan tentang keuangan syariah dapat menjadi penghambat utama dalam adopsi produk asuransi syariah. Sebaliknya, semakin tinggi pemahaman seseorang terhadap manfaat, sistem pengelolaan dana, serta prinsip-prinsip syariah yang mendasari produk asuransi, maka semakin besar pula kemungkinan individu tersebut untuk tertarik dan akhirnya menggunakan produk tersebut. Hal ini terbukti dari banyaknya responden dalam penelitian ini yang memiliki tingkat pendidikan minimal SMA dan menunjukkan minat tinggi terhadap asuransi jiwa syariah, yang menunjukkan adanya keterkaitan positif antara tingkat literasi dan minat.

Kesesuaian dengan penelitian terdahulu yaitu dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan asuransi jiwa syariah. Temuan ini

sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu. Yanti, Safitri, Rozalinda, dan Wira (2024) menemukan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah pada generasi Z Hal serupa juga ditemukan oleh Nuraini, Alfani, Muyasaroh, dan Adawiyah (2023) dalam penelitian yang menunjukkan adanya hubungan positif antara temuan tersebut dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap penggunaan asuransi syariah yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah dan persepsi individu berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

Hasil serupa juga ditemukan oleh Az-Zahra, Andriana, dan Thamrin (2023), yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah memengaruhi minat menabung di bank syariah. Namun demikian, Yanti (2024) juga mencatat bahwa penelitian bisa terbilang kurang sesuai meskipun tingkat literasi cukup tinggi, sebagian besar responden belum memiliki produk asuransi syariah, menunjukkan bahwa pengetahuan saja tidak selalu diikuti oleh tindakan, yang bisa disebabkan oleh faktor-faktor lain seperti keterbatasan akses atau kurangnya kepercayaan.

2. Pengaruh Promosi terhadap Minat Menggunakan Asuransi Jiwa Syariah

Variabel promosi terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat dalam menggunakan asuransi jiwa syariah, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) serta nilai koefisien regresi sebesar 0,887. Ini berarti bahwa semakin intensif dan tepat strategi promosi yang dilakukan, maka semakin tinggi

pula minat masyarakat, khususnya pengusaha arang, untuk menggunakan produk asuransi jiwa syariah. Peran media dan informasi yang diterima oleh pengusaha, pengaruh promosi terhadap keputusan untuk menggunakan produk asuransi jiwa syariah serta upaya yang dilakukan untuk memperkenalkan dan memasarkan produk asuransi jiwa syariah kepada konsumen dengan tujuan menarik minat mereka.

Temuan ini diperkuat oleh teori komunikasi pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), yang menjelaskan bahwa promosi merupakan bentuk komunikasi dari perusahaan kepada konsumen mengenai keunggulan dan manfaat produk. Dalam hal ini, promosi asuransi syariah dapat dilakukan melalui berbagai media seperti brosur, media sosial, penyuluhan masyarakat, hingga kerja sama dengan tokoh agama yang berpengaruh di komunitas. Promosi yang dikemas secara persuasif dan mengedepankan nilai-nilai syariah mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan.

Mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada kategori pendapatan menengah, yakni berkisar antara Rp. 2.000.000 hingga Rp 5.000.000 per bulan, dengan masa kerja yang umumnya telah melebihi 5 tahun. Kelompok ini menunjukkan sensitivitas terhadap informasi yang dapat menjamin keamanan finansial masa depan mereka. Dengan demikian, promosi yang tepat sasaran dan menjelaskan manfaat proteksi jangka panjang, terutama yang sesuai dengan syariat, sangat efektif dalam membangkitkan minat.

Sementara itu, promosi juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan asuransi jiwa syariah. Hasil ini konsisten dengan penelitian Pratiwi dan Fadillah (2021), yang menyatakan bahwa promosi intensif dapat memengaruhi keputusan pembelian produk asuransi syariah. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Nadhea, Suhar, dan Martaliah (2024) yang menyebutkan bahwa promosi bersama literasi keuangan syariah memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan nasabah ketika memilih produk perbankan syariah. Dukungan tambahan juga datang dari Fauzi (2020), yang menyatakan bahwa promosi memiliki peranan penting dalam meningkatkan minat menjadi nasabah bank syariah. Dalam penelitian ini, promosi yang efektif terbukti menjadi salah satu faktor utama yang mendorong minat responden terhadap produk asuransi jiwa berbasis syariah. Namun penelitian ini bisa terbilang tidak sesuai dikarenakan dalam praktiknya, promosi yang kurang menasar secara langsung atau tidak dipadukan dengan edukasi keuangan dapat menjadi kurang efektif, sebagaimana disinggung secara implisit dalam temuan Yanti et al. (2024), di mana tingkat minat tetap rendah meski informasi telah tersedia.

Secara simultan, kombinasi antara literasi keuangan syariah dan promosi terbukti berpengaruh terhadap minat menggunakan asuransi jiwa syariah. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman yang baik tentang prinsip-prinsip keuangan syariah, jika didukung oleh promosi yang informatif dan menarik, mampu meningkatkan kepercayaan serta minat masyarakat terhadap produk asuransi berbasis syariah. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Fauzi (2020), yang menyimpulkan bahwa literasi, pengetahuan agama, dan promosi

secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Kesimpulan serupa juga diutarakan oleh Nadhea et al. (2024), yang menyatakan bahwa kombinasi literasi dan promosi menjadi kunci dalam pengambilan keputusan konsumen dalam memilih produk keuangan syariah.

3. Integrasi Temuan Penelitian dengan Kondisi Lapangan

Berdasarkan data demografis responden, Sebagian besar responden dalam penelitian ini merupakan laki-laki berusia antara 20 hingga 40 tahun, dengan latar belakang pendidikan terakhir setingkat Sekolah menengah (SMA) dan berpenghasilan sedang. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok usia produktif dengan kemampuan literasi dasar hingga menengah merupakan target pasar potensial bagi produk asuransi syariah. Pekerjaan sebagai pengusaha arang yang cenderung memiliki risiko kerja tinggi juga menjadi salah satu faktor yang dapat mendorong kebutuhan akan perlindungan jiwa, asalkan informasi mengenai manfaat dan sistem pengelolaan asuransi disampaikan secara jelas dan edukatif.

Namun demikian, hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Hal ini bisa terjadi karena adanya outlier atau sebaran data yang tidak merata, yang umum ditemukan dalam penelitian sosial dengan jumlah sampel yang tidak terlalu besar. Meski demikian, analisis regresi tetap dapat dilakukan karena metode ini cukup *robust* terhadap pelanggaran normalitas, terutama jika sampel mencukupi dan hasil signifikansi kuat.