



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 5 Tahun 2024 Page 4376-4389

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Memilih Produk Asuransi Takaful Dana Pendidikan

Milda Novita Vianti<sup>1✉</sup>, Ade Irma Suryani Lating<sup>2</sup>, Mohammad Dliyaul Muflihini<sup>3</sup>, Muh. Syaukin Muttaqin<sup>4</sup>

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email: [ade.irma@uinsa.ac.id](mailto:ade.irma@uinsa.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih produk asuransi takaful dana pendidikan, dengan fokus pada cabang Surabaya dari PT. Asuransi Takaful Keluarga. Studi ini mengidentifikasi dan menganalisis empat faktor utama yang diyakini memainkan peran penting dalam keputusan memilih asuransi takaful dana pendidikan, yaitu faktor produk, promosi, pendapatan, dan religiusitas. Melalui pengumpulan data dari sejumlah responden yang potensial atau telah menjadi peserta asuransi takaful dana pendidikan, penelitian ini menggunakan berbagai metode analisis statistik untuk mengukur pengaruh faktor-faktor ini terhadap minat masyarakat dalam memilih produk tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor produk, promosi, dan pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat untuk memilih produk asuransi takaful dana pendidikan. Selain itu, religiusitas juga ditemukan memiliki dampak yang positif terhadap minat masyarakat, mengingat sifat asuransi takaful yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi perusahaan asuransi, khususnya PT. Asuransi Takaful Keluarga, dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Kata kunci : *Minat Masyarakat, Asuransi Takaful, Faktor-Faktor Pengaruh*

## Abstract

This research aims to analyze the factors that influence people's interest in choosing takaful insurance products for education funds, with a focus on the Surabaya branch of PT. Family Takaful Insurance. This study identifies and analyzes four main factors which are believed to play an important role in the decision to choose takaful insurance for education funds, namely product, promotion, income and religiosity factors. By collecting data from a number of respondents who are potential or have become takaful insurance participants for education funds, this research uses various statistical analysis methods to measure the influence of these factors on people's interest in choosing this product. The research results show that product, promotion and income factors have a significant influence on people's interest in choosing education fund takaful insurance products. Apart from that, religiosity was also found to have a positive impact on public interest, considering the nature of takaful insurance which is in accordance with sharia principles. These findings have important implications for insurance companies, especially PT. Family Takaful Insurance, in developing more effective marketing strategies.

Keyword: *Community Interest, Takaful Insurance, Influencing Factors*

## PENDAHULUAN

Asuransi merupakan alat keuangan yang digunakan dalam kehidupan keluarga untuk mengatasi risiko kematian atau kerugian atas harta benda yang dimiliki. Asuransi dapat diartikan sebagai suatu perjanjian dimana seorang persetujuan untuk menyerahkan kerugian kepada tertetuju dalam bentuk pembayaran premi, sebagai penggantian atas kegagalan, kejatuhan, atau keruntuhan potensi kelebihan akan dapat diderita dampak kejadian yang memungkinkan, serta guna membagikan pelunasan berdasarkan kehidupan dan kematian individu yang dijamin. Secara umum, asuransi syariah tidak terlalu berbeda dengan asuransi formal. Semuanya merupakan perusahaan asuransi yang bertindak menjadi penghubung sistemis antara pelanggan premium (penjamin) dan akseptor manfaat (tersetuju). Asuransi syariah beroperasi berdasarkan asas-asas syariah yang diasaskan pada Al Qur'an, Hadis, (Astari, 2018).

Perkembangan pendidikan saat ini mencerminkan peningkatan secara keseluruhan dalam kondisi perekonomian negara, meskipun masih terdapat kekurangan yang perlu diperhatikan. Pertumbuhan ekonomi ini memiliki dampak pada berbagai aspek kehidupan sosial, terutama dalam mempertimbangkan kebutuhan pendidikan anak secara komprehensif sejak dini. Ketentuan berdasarkan isi Undang-Undang Nomor 02 Tahun 1989 mengenai Metode Pendidikan Nasional, yang memutuskan bahwasannya target pendidikan nasional ialah untuk

memandaikan hidup negara dan meningkatkan insan secara menyeluruh, yaitu insan yang berkeyakinan dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berbudi pekerti, mempunyai ilmu dan keahlian, kenormalan raga dan jiwa, berkarakter baik dan independen, serta memiliki komitmen terhadap masyarakat dan negara. Dan karena itu, setiap individu berhak mendapatkan akses pendidikan yang cukup guna menggapai hidup yang terbaik (Nasution, 2019).

Asuransi Pendidikan merupakan suatu jasa asuransi yang menggabungkan perlindungan rohani berjarak (*term life insurance*) dengan komponen simpanan atau modal. Program ini bertujuan untuk mendukung pentingnya pendidikan bagi setiap anak di Indonesia, dengan fokus khusus pada persiapan pendidikan yang semakin mahal saat ini (Cahyaningsih, 2021). Untuk memenuhi kebutuhan calon nasabah agar berminat pada produk perusahaan asuransi perlu mempertimbangkan kinerja. Jika kinerja tidak sesuai dengan keinginan, nasabah akan mengalami kekecewaan. Apabila kinerja sesuai dengan keinginan, nasabah akan mengalami kepuasan. Ketika kinerja melampaui keinginan, nasabah akan merasa sangat terpuaskan. Maka dari itu sangat diperlukan mengetahui faktor apa saja yang bisa mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah asuransi syariah terutama untuk memilih produk asuransi takaful pendidikan (Nasution, 2019).

Dengan mempertimbangkan fenomena yang terjadi diatas, penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Memilih Produk Asuransi Takaful Dana Pendidikan"

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan teknik penelitian kuantitatif sebagai pendekatan utama. Metode penelitian kuantitatif diasaskan dalam filsafat positifisme dipakai guna menyelidiki populasi dan sampel eksklusif. Pengumpulan data dilakukan memakai instrumen penelitian yang telah dirancang, dan analisis data dilaksanakan secara kuantitatif/statistik. Tujuan utama dari penelitian ini ialah guna mengkaji hipotesis yang ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2021)

Populasi pada penelitian ini ialah berupa seluruh penduduk yang berlokasi tinggal di kecamatan Wonocolo, kelurahan Jemurwonosari, Surabaya dengan jumlah 12044. Dimana ada 40478 jiwa laki-laki dan 41182 jiwa perempuan. Pada riset ini, digunakan teknik sampel acak sederhana (*simple random sampling*) sebagai metode pengambilan sampel. Teknik ini

memastikan bahwa setiap unit penelitian dalam populasi memiliki periode yang setara guna ditentukan menjadi sampel (Suraini, 2021).

Berdasarkan data jumlah masyarakat yang bertempat tinggal di Kecamatan Wonocolo, Kelurahan Jemurwonosari, Surabaya tercatat di tahun 2023 berjumlah 12044 jiwa, bahkan sampel penelitian mampu diputuskan dengan memakai rumus slovin, yang mana menurut (Umar, 2011) dalam (Suraini, 2021) yaitu,

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = batas kesalahan yang ditolerir

Dalam riset ini, menggunakan tingkat kesalahan (e) sebesar 10%. Namun, rumus yang digunakan memiliki asumsi bahwasanya populasi memiliki distribusi normal. Dengan menggunakan rumus di atas, jumlah sampel dapat ditentukan melalui perhitungan yang sesuai adalah berikut ini:

$$n = \frac{12044}{1 + 12044(10)^2}$$

n = 99,9. Jadi jumlah sampel adalah 100 responden.

Teknik pengumpulan data :

a. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan metode dalam mengumpulkan data yang mengimplikasikan balasan sejar persolan atau pernyataan kepada responden yang akan menjawab. Interpolasi kuisisioner dilaksanakan secara sistematis dengan menggunakan lembar soal yang sebelumnya dibuat (Ahmad, 2020).

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu metode dalam mengumpulkan data yang melibatkan kajian terhadap berbagai jenis dokumen yang telah ada. Peneliti menginvestigasi aturan-aturan, dokumen resmi, catatan harian, dan sumber data lainnya yang telah didokumentasikan (Astari, 2018)

Pada penelitian ini, digunakan skala pengukuran ordinal yang setelahnya dikonversi sebagai skala interval memakai *Metode Successive Interval* (MSI) dengan memakai skala Likert menjadi teknik penilaian. (Sugiyono, 2021)

Tabel pengukuran skala likert

Jawaban	Keterangan	Bobot
SS	Sangat Setuju	4
S	Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji validitas

Variabel	Kuesioner	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Produk	Butir 1	.784**	0.1966	Valid
	Butir 2	.730**	0.1966	Valid
	Butir 3	.737**	0.1966	Valid
Promosi	Butir 1	.798**	0.1966	Valid
	Butir 2	.877**	0.1966	Valid
	Butir 3	.839**	0.1966	Valid
Pendapatan	Butir 1	.679**	0.1966	Valid
	Butir 2	.810**	0.1966	Valid
	Butir 3	.759**	0.1966	Valid
Religiusitas	Butir 1	.707**	0.1966	Valid
	Butir 2	.764**	0.1966	Valid
	Butir 3	.769**	0.1966	Valid
Minat Masyarakat	Butir 1	.672**	0.1966	Valid
	Butir 2	.896**	0.1966	Valid
	Butir 3	.844**	0.1966	Valid

Disimpulkan bahwa dalam pengujian validitas untuk variabel Faktor Produk, Faktor Promosi, Faktor Pendapatan, Faktor Religiusitas, dan Minat Masyarakat, semua indikator memiliki nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar daripada nilai  $r_{tabel}$  pada tabel dengan derajat kebebasan  $df = 100 - 2 = 98$ , yaitu sebesar 0,1966. Maka semua variable dapat dikatan valid.

#### b. Uji reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Faktor Produk	0.611	Reliabel
Faktor Promosi	0.784	Reliabel
Faktor Pendapatan	0.610	Reliabel
Faktor Religiusitas	0.605	Reliabel
Minat Masyarakat	0.733	Reliabel

Dengan melihat kategorisasi nilai reliabilitas, maka semua variabel dapat dikatakan memiliki reliabilitas sedang karena lebih dari 0,6.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>		Mean	.0000000
		Std. Deviation	.81604518
Most Extreme Differences	Absolute	.074	
	Positive	.058	
	Negative	-.074	
Test Statistic		.074	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>	
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			

Data dianggap mengikuti distribusi normal ( $H_0$ ) jika nilai  $p$  value ( $sig$ ) > 0,05. Nilai  $p$  value ( $sig$ ) diperoleh dari kolom "*Asymp. sig. (2-tailed)*" dalam hasil perhitungan uji normalitas yang dilakukan dengan metode *Monte-Carlo* menggunakan perangkat lunak SPSS. Uji normalitas dilakukan dengan menguji hipotesis-hipotesis berikut:

$H_0$  : data dalam sampel berdistribusi normal

$H_1$  : data dalam sampel tidak berdistribusi normal

Dilihat dari nilai statistik uji *Kolmogorov-Smirnov (tes statistic)* sebesar 0,074 dan nilai *Asymp Sig.* sebesar 0,200, yang keduanya melebihi batas 0,05. Kedua nilai tersebut menunjukkan bahwa persyaratan analisis regresi telah terpenuhi

b. Uji multikolinearitas

Pengujian dilakukan dengan hipotesis:

H<sub>0</sub>: terjadi kolinearitas antara variabel Faktor Produk, Faktor Promosi, Faktor Pendapatan, dan Faktor Religiusitas.

H<sub>1</sub>: tidak terjadi kolinearitas antara variabel Faktor Produk, Faktor Promosi, Faktor Pendapatan, dan Faktor Religiusitas.

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	X1	.642	1.557
	X2	.706	1.417
	X3	.447	2.235
	X4	.530	1.885

a. Dependent Variable: Y

Hasil pengujian pada Tabel diatas, ditemukan nilai tolerance yang melebihi 0,1 dan nilai VIF yang kurang dari 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas pada ketiga variabel independen yang digunakan.

c. Uji Heterokedasitas

Correlations

		X1	X2	X3	X4	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Correlation Coefficient	1.000	.385**	.567**	.422**	.038
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.706
	N	100	100	100	100	100
X2	Correlation Coefficient	.385**	1.000	.521**	.551**	-.067
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.505
	N	100	100	100	100	100
X3	Correlation Coefficient	.567**	.521**	1.000	.648**	-.019
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.853
	N	100	100	100	100	100
X4	Correlation Coefficient	.422**	.551**	.648**	1.000	-.103

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.308
	N	100	100	100	100	100
Unstandardize	Correlation	.038	-.067	-.019	-.103	1.000
d Residual	Coefficient					
	Sig. (2-tailed)	.706	.505	.853	.308	.
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dalam uji *Glejser*, nilai *Sig.* pada tabel harus lebih besar dari 0,05 agar model regresi dapat dianggap tidak mengalami heteroskedastisitas. Dalam model regresi ini, nilai *Sig.* untuk Faktor Produk adalah 0,706, Faktor Promosi adalah 0,505, Faktor Pendapatan adalah 0,853, dan Faktor Religiusitas adalah 0,308. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami heteroskedastisitas dan dapat digunakan untuk memprediksi variabel Minat Masyarakat berdasarkan variabel Faktor Produk, Faktor Promosi, Faktor Pendapatan, dan Faktor Religiusitas.

#### Statistik Deskriptif

##### Deskripsi data penelitian

Statistics		X1	X2	X3	X4	Y
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		9.79	9.38	9.62	9.21	9.55
Median		10.00	9.00	9.00	9.00	9.00
Mode		9	9	9	9	9
Std. Deviation		1.104	1.523	1.229	1.358	1.410
Minimum		6	6	6	6	6
Maximum		12	12	12	12	12

Deskripsi komprehensif tentang data dapat ditemukan dalam lampiran skripsi. Pada sub-bab ini, disajikan statistik deskriptif hasil perhitungan dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS.

#### Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Simultan Variabel Faktor Produk, Faktor Promosi, Faktor Pendapatan dan Faktor Religiusitas terhadap Minat Masyarakat

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	130.823	4	32.706	47.129	.000 <sup>b</sup>
	Residual	65.927	95	.694		
	Total	196.750	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

$H_0$  : tidak terdapat pengaruh signifikan yang diberikan oleh variabel Faktor Produk, Faktor Promosi, Faktor Pendapatan dan Faktor Religiusitas terhadap variabel Minat Masyarakat.

$H_1$  : terdapat pengaruh signifikan yang diberikan oleh Faktor Produk, Faktor Promosi, Faktor Pendapatan dan Faktor Religiusitas terhadap variabel Minat Masyarakat.

Nilai  $F_{tabel}$  diperoleh dari tabel distribusi F untuk taraf signifikansi 5% dengan uji 2 sisi, dengan derajat pembilang ( $k$ ) = 4 dan derajat penyebut ( $n-k-1$ ) = 95. Oleh karena itu, nilai  $F_{tabel}$  yang ditemukan adalah sebesar 2.47.

Dari Tabel diatas terlihat bahwa nilai  $Sig = 0.000 < 0,05$  dan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  ( $47.129 > 2.47$ ), maka  $H_0$  ditolak, yang berarti bahwa koefisien regresi tersebut signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan oleh variabel Faktor Produk, Faktor Promosi, Faktor Pendapatan dan Faktor Religiusitas secara bersama-sama terhadap Minat Masyarakat.

b. Uji koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.815 <sup>a</sup>	.665	.651	.833

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

Tabel di atas mengindikasikan bahwa nilai R<sup>2</sup> pada variabel Faktor Produk, Faktor Promosi, Faktor Pendapatan, dan Faktor Religiusitas terhadap Minat Masyarakat menunjukkan adanya pengaruh, dengan tingkat determinasi sebesar 0.651 atau 65.1%. Angka ini menggambarkan bahwa Faktor Produk, Faktor Promosi, Faktor Pendapatan, dan Faktor Religiusitas secara bersama-sama berkontribusi sebesar 65.1% terhadap variabel Minat Masyarakat (Y), sementara 34.9% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

c. Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-.290	.817		-.355	.724
	X1	.282	.095	.221	2.980	.004
	X2	.135	.065	.146	2.062	.042
	X3	.018	.102	.016	.175	.861
	X4	.612	.085	.590	7.235	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Hasil uji hipotesis 1 menunjukkan nilai signifikansi sekitar 0,004, yang lebih rendah daripada ambang batas 0,05. Hal ini mengindikasikan penerimaan H1, yaitu bahwa secara sebagian variabel Faktor Produk memiliki dampak positif pada Minat Masyarakat. Oleh karena itu, Hipotesis 1 diterima.
- Hasil pengujian hipotesis 2 menghasilkan nilai signifikansi sekitar 0,042, yang kurang dari ambang batas 0,05. Oleh karena itu, H2 diterima, yang berarti bahwa secara sebagian variabel Faktor Promosi memiliki dampak positif pada Minat Masyarakat. Dengan demikian, Hipotesis 2 diterima.
- Hasil uji hipotesis 3 menghasilkan nilai signifikansi sekitar 0,861, yang jauh lebih tinggi daripada ambang batas 0,05. Oleh karena itu, H3 tidak dapat diterima, yang berarti bahwa secara sebagian variabel Faktor Pendapatan tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Masyarakat. Dengan demikian, Hipotesis 3 ditolak.

Hasil pengujian hipotesis 4 menghasilkan nilai signifikansi sekitar 0,000, yang jauh lebih rendah daripada ambang batas 0,05. Dalam konteks ini, H4 diterima, yang berarti bahwa secara sebagian variabel Faktor Religiusitas memiliki dampak positif pada Minat Masyarakat. Oleh karena itu, Hipotesis 4 diterima.

#### d. Model Regresi Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.

1	(Constant)	-.290	.817		-.355	.724
	X1	.282	.095	.221	2.980	.004
	X2	.135	.065	.146	2.062	.042
	X3	.018	.102	.016	.175	.861
	X4	.612	.085	.590	7.235	.000

a. Dependent Variable: Y

Persamaan regresi tersebut memiliki makna bahwa apabila Faktor Produk, Faktor Promosi, Faktor Pendapatan dan Faktor Religiusitas memiliki nilai 0, atau belum masuk ke dalam perhitungan, maka Minat Masyarakat memiliki nilai sebesar -0.290. Lalu koefisien regresi variabel Faktor Produk sebesar 0,282 berarti jika Faktor Produk mengalami kenaikan satu satuan, maka Minat Masyarakat akan mengalami peningkatan sebesar 0,282 pula. Koefisien regresi variabel Faktor Promosi sebesar 0,135 berarti jika Faktor Promosi mengalami kenaikan satu satuan, maka Minat Masyarakat akan mengalami peningkatan sebesar 0,135 pula. Koefisien regresi variabel Faktor Pendapatan sebesar 0,018 berarti jika Faktor Pendapatan mengalami kenaikan satu satuan, maka Minat Masyarakat akan mengalami peningkatan sebesar 0,018 pula. Koefisien regresi variabel Faktor Religiusitas sebesar 0,612 berarti jika Faktor Religiusitas mengalami kenaikan satu satuan, maka Minat Masyarakat akan mengalami peningkatan sebesar 0,612 pula.

Dari hasil pengujian regresi, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Faktor Produk, Faktor Promosi, Faktor Pendapatan dan Faktor Religiusitas secara bersama-sama terhadap Minat Masyarakat (Y).

Pembahasan

a. Pengaruh faktor produk terhadap minat masyarakat dalam memilih produk Asuransi Takaful Dana Pendidikan

Pengaruh produk terhadap minat masyarakat pada produk Asuransi Takaful Dana Pendidikan sesuai dengan hasil perhitungan uji statistik t menunjukkan variabel produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,004 kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Faktor Produk berpengaruh positif terhadap Minat Masyarakat dalam memilih Produk Asuransi Takaful Dana Pendidikan. Yang menjelaskan bahwa semakin menarik dan memberikan manfaat yang lebih bagi konsumen, maka minat mereka untuk membeli produk tersebut akan semakin tinggi.

b. Pengaruh faktor promosi terhadap minat masyarakat dalam memilih produk Asuransi Takaful Dana Pendidikan

Pengaruh promosi terhadap minat masyarakat pada produk Asuransi Takaful Dana Pendidikan sesuai dengan hasil perhitungan uji statistik t menunjukkan variabel promosi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,042 kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Faktor Promosi berpengaruh positif terhadap Minat Masyarakat. Hal ini menjelaskan bahwa informasi tentang produk yang ditawarkan melalui promosi jelas dan terperinci mengenai manfaat, premi, periode, perlindungan, dan klaim, sehingga calon pemegang polis dapat memahami produk dengan lebih baik.

c. Pengaruh faktor pendapatan terhadap minat masyarakat dalam memilih produk Asuransi Takaful Dana Pendidikan

Pengaruh pendapatan terhadap minat masyarakat pada produk Asuransi Takaful Dana Pendidikan sesuai dengan hasil perhitungan uji statistik t menunjukkan variabel pendapatan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,861 kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan secara parsial variabel Faktor Pendapatan tidak berpengaruh terhadap Minat Masyarakat. Hal ini menggambarkan bahwa pendapatan individu tidak memengaruhi minat mereka untuk menjadi nasabah asuransi syariah, karena besarnya pembayaran premi dapat disesuaikan dengan tingkat pendapatan calon nasabah atau nasabah.

d. Pengaruh faktor religiusitas terhadap minat masyarakat dalam memilih produk Asuransi Takaful Dana Pendidikan

Pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat pada produk Asuransi Takaful Dana Pendidikan sesuai dengan hasil perhitungan uji statistik t menunjukkan variabel religiusitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Faktor Religiusitas berpengaruh positif terhadap Minat Masyarakat. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa mayoritas masyarakat yang tertarik dengan produk asuransi Takaful Dana Pendidikan memiliki kecenderungan untuk mematuhi prinsip-prinsip produk halal dan menghindari produk yang dianggap haram sesuai dengan ajaran agama Islam yang mereka anut.

e. Pengaruh faktor produk, promosi, pendapatan, dan religiusitas terhadap minat masyarakat dalam memilih produk Asuransi Takaful Dana Pendidikan.

Hasil perhitungan uji statistik F (uji simultan) dalam penelitian ini menunjukkan nilai  $Sig = 0.000$ , yang lebih rendah dari nilai ambang batas 0,05, dan  $F_{hitung}$  (47.129) lebih besar daripada  $F_{tabel}$  (2.47). Oleh karena itu,  $H_0$  ditolak, yang mengindikasikan bahwa koefisien regresi tersebut memiliki signifikansi yang tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara bersama-

sama, variabel Faktor Produk, Faktor Promosi, Faktor Pendapatan, dan Faktor Religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Masyarakat

#### SIMPULAN

1. Faktor Produk memiliki pengaruh positif terhadap Minat Masyarakat dalam memilih Produk Asuransi Takaful Dana Pendidikan. Ini mengindikasikan bahwa pemegang polis memberikan perhatian besar pada kualitas produk, manfaat yang ditawarkan, dan fitur-fitur yang relevan dengan tujuan mereka, termasuk dana Pendidikan
2. Faktor Promosi memiliki pengaruh positif terhadap Minat Masyarakat. Ini menunjukkan bahwa informasi produk yang disampaikan melalui upaya promosi telah disajikan dengan jelas dan rinci, termasuk informasi mengenai manfaat, premi, periode, cakupan perlindungan, dan proses klaim, sehingga membantu calon pemegang polis untuk memahami produk dengan baik
3. Faktor Pendapatan tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan masyarakat tidak memiliki dampak signifikan terhadap minat mereka untuk menjadi nasabah asuransi syariah, karena jumlah pembayaran premi dapat disesuaikan dengan tingkat pendapatan calon nasabah atau nasabah
4. Faktor Religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap Minat Masyarakat. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat yang tertarik dengan produk asuransi Takaful Dana Pendidikan berprinsip Islam, sehingga mereka cenderung mengikuti aturan yang menuntut penggunaan produk yang halal dan menghindari produk yang dianggap haram.
5. Secara bersama-sama atau simultan, variabel-variabel seperti Faktor Produk, Faktor Promosi, Faktor Pendapatan, dan Faktor Religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Masyarakat

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. (2021). Pengaruh Media Interaktif Animasi Terhadap Minat Belajar Pada Mata Pelajaran Ipa Siswa Kelas Iv Sd Negeri 124 Kota Agung Bengkulu Utara. Institut Agama Islam Negeri ( IAIN ) Bengkulu.
- Ahmad, J. (2020). Religiusitas, Refleksi. Dan Subjektivitas Keagamaan. CV Budi Utama.

- Aklima, U. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada Asuransi Syariah Pt. Takaful Keluarga Cabang Banda Aceh. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Astari, I. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Asuransi Syariah Pada Pt. Asuransi Takaful Keluarga. UIN Alauddin Makassar.
- Cahyaningsih, E. (2021). Analisis Faktor Yang Memiliki Pengaruh Paling Kecil Terhadap Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Pendidikan Anak. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) BENGKULU.
- Lesmono, B. (2021). Studi Literatur Tentang Agency Theory. Medan, 03.
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Produk, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Produk Asuransi Takaful Dana Pendidikan (Studi Kasus Pada Pt. Asuransi Takaful Keluarga Di Medan) (Medan). Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Rahmania, N. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Berbasis Syariah Di Kota Makassar [Skripsi]. UIN Alauddin Makassar.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Komunikasi. Alfabeta.
- Supriyadi, I. (2017). Asuransi Takaful (Kajian Komparasi Dengan Asuransi Konvensional). Profit : Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah, 1(1). <https://doi.org/10.33650/profit.v1i1.316>
- Suraini, K. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Jiwa Syariah [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.