

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Uraian Teoritis**

##### **2.1.1 Asuransi Syariah**

###### **2.1.1.1. Pengertian Asuransi Syariah**

Asuransi syariah adalah suatu pengaturan pengelolaan resiko yang memenuhi ketentuan syariah, tolong menolong secara mutual yang melibatkan peserta dan operator. Syariah berasal dari ketentuan-ketentuan didalam Al-Qur'an (Firman Allah yang disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW) dan As-Sunnah (teladan dari kehidupan Nabi Muhammad SAW) (Hasan, 2013:2).

Asuransi syariah dalam Fatwa DSN-MUI adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan *tabarru* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah. Akad yang sesuai dengan syariah yang dimaksud adalah yang tidak mengandung *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *riba*, *zhulm* (penganiayaan), *riyswah* (suap), barang haram dan maksiat (Soemitra, 2019:251).

Asuransi syariah berbeda dengan asuransi konvensional. Pada asuransi syariah setiap peserta sejak awal bermaksud saling tolong menolong dan melindungi satu dengan yang lain dengan menyisihkan

dananya sebagai iuran kebajikan yang disebut *tabarru'*. Jadi pada asuransi syariah tidak menggunakan pengalihan risiko (*risk transfer*) dimana tertanggung harus membayar premi, tetapi lebih merupakan pembagian risiko (*risk sharing*) dimana para peserta saling menanggung. Kemudian akad yang digunakan dalam asuransi syariah harus sesuai dengan hukum Islam (syariah), artinya akad yang digunakan harus terhindar *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *riba*, *zhulm* (penganiayaan), *risywah* (suap).

#### **2.1.1.2. Manfaat Asuransi Syariah**

Asuransi pada dasarnya dapat memberi manfaat bagi para peserta asuransi antara lain sebagai berikut: (Soemitra, 2019: 260).

- a. Rasa aman dan perlindungan. Peserta asuransi berhak memperoleh klaim (hak peserta asuransi) yang wajib diberikan oleh perusahaan asuransi sesuai dengan kesepakatan dalam akad. Klaim tersebut akan menghindarkan peserta dari kerugian yang mungkin timbul.
- b. Pendistribusian biaya dan manfaat yang lebih adil. Semakin besar kemungkinan terjadinya suatu kerugian dan semakin besar kerugian yang mungkin ditimbulkannya makin besar pula premi pertanggungannya. Untuk menentukan besarnya premi perusahaan asuransi syariah dapat menggunakan rujukan, misalnya tabel mortalita untuk asuransi jiwa dan tabel morbidita untuk asuransi kesehatan, dengan syarat tidak memasukkan unsur *riba* dalam

penghitungannya.

- c. Berfungsi sebagai tabungan. Kepemilikan dana pada asuransi syariah merupakan hak peserta. Perusahaan hanya sebagai pemegang amanat untuk mengelolanya secara syariah. Jika pada masa kontrak peserta tidak dapat melanjutkan pembayaran premi dan ingin mengundurkan diri sebelum masa *reversing period*, maka dana yang dimasukkan dapat diambil kembali, kecuali sebagian dana kecil yang telah diniatkan untuk *tabarru'* (dihibahkan).
- d. Alat penyebaran risiko. Dalam asuransi syariah risiko dibagi bersama para peserta sebagai bentuk saling tolong- menolong dan membantu diantara mereka.
- e. Membantu meningkatkan kegiatan usaha karena perusahaan asuransi akan melakukan investasi sesuai dengan syariah atas suatu bidang usaha tertentu.

### **2.1.2 Asuransi Jiwa Syariah**

Asuransi jiwa syariah adalah suatu jasa yang diberikan oleh perusahaan dalam penanggulangan risiko yang dikaitkan dengan jiwa atau meninggalnya seseorang yang diasuransikan. Asuransi jiwa syariah juga merupakan suatu bentuk kerja sama antara orang- orang yang ingin menghindarkan atau minimal mengurangi risiko yang diakibatkan oleh risiko kematian, risiko hari tua, dan risiko

kecelakaan. Usaha perasuransian adalah perusahaan asuransi jiwa yang telah memperoleh izin usaha dari Menteri Keuangan yang dapat melakukan kegiatan pertanggungan jiwa (Soemitra, 2019:272).

Dalam asuransi jiwa syariah penentuan tarif atau premi harus bisa menutupi klaim (risiko) serta biaya-biaya asuransi, dan sebagian dari jumlah penerimaan perusahaan atau keuntungan (Salim, 2018: 42). Pada asuransi jiwa syariah *basic* perhitungan tarif yang dipakai adalah tabel mortalitas (*mortality table*), asumsi bagi hasil (mudharabah) dan biaya-biaya asuransi yang adil dan tidak mendzalimi peserta (Sula, 2014: 211).

### **2.1.3 Landasan Hukum Asuransi Syariah**

Landasan dasar asuransi syariah adalah sumber dari pengambilan hukum praktik asuransi syariah. Karena sejak awal asuransi syariah dimaknai sebagai wujud dari bisnis pertanggungan yang didasarkan pada nilai-nilai yang ada dalam ajaran islam, yaitu Al-Qur'an dan Sunnah Rasul (Hasan, 2014:105)

#### **2.1.3.1. Al-Qur'an**

Al-Qur'an tidak menyebutkan secara tegas ayat yang menjelaskan tentang praktik asuransi seperti yang ada pada saat ini hal ini terindikasi dengan tidak munculnya istilah asuransi secara nyata dalam Al-Qur'an. Walaupun Al-Qur'an masih mengkoordinir ayat-ayat yang mempunyai muatan nilai-nilai dasar yang ada dalam

praktik asuransi, seperti nilai dasar tolong-menolong, kerja sama, atau semangat untuk melakukan proteksi terhadap peristiwa kerugian di masa mendatang (Manan, 2014:251). Diantara ayat-ayat Al-Qur'an ada beberapa ayat Al-Qur'an yang menjelaskan nilai-nilai yang terdapat dalam praktik asuransi syariah yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ  
وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أَمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ  
فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا  
يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن  
تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ  
وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya:

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syiar-syiar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qala'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitulharam; mereka mencari karunia dan keridaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi dari Masjidil haram, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya. (QS. Al-Maidah [5]:2)

فَمَنْ خَافَ مِنْ مَوْصٍ جَنَفًا أَوْ إِثْمًا فَاصْلَحَ بَيْنَهُمْ فَلَا إِثْمَ  
عَلَيْهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya:

*Tetapi barang siapa khawatir bahwa pemberi wasiat (berlaku) berat sebelah atau berbuat salah, lalu dia mendamaikan antara mereka, maka dia tidak berdosa. Sungguh Allah maha pengampun, maha penyayang. (QS. Al-Baqarah [2] :182)*

Ayat-ayat ini menjelaskan bahwasanya sesama manusia harus saling tolong menolong dalam bisnis asuransi, nilai ini terdapat pada praktik kerelaan anggota (nasabah) perusahaan asuransi untuk menyisihkan dananya agar digunakan sebagai dana sosial (*tabarru*). Dana sosial ini berbentuk rekening *tabarru* pada perusahaan asuransi dan difungsikan untuk menolong salah satu anggota (nasabah) yang mengalami musibah.

### 2.1.3.2. Hadist Rasulullah SAW

Hal yang mendukung praktik asuransi syariah juga berdasarkan hadist Nabi Muhammad SAW. Berikut ini hadist yang mendukung prinsip-prinsip muamalah untuk diterapkan di dalam asuransi syariah (Hafidhudin, 2012:27) ada beberapa hadist yang menjelaskan tentang asuransi syariah yaitu:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْعَلَاءِ حَدَّثَنَا أَبُو أُسَامَةَ عَنْ بَرِيدٍ عَنْ أَبِي  
بُرْدَةَ عَنْ أَبِي مُوسَى رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ  
عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الْمُؤْمِنُ لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ يَشُدُّ بَعْضُهُ  
بَعْضًا وَشَبَّكَ بَيْنَ أَصَابِعِهِ

*“Diriwayatkan dari Abu Musa ra. Ia berkata bahwa Rassullullah SAW bersabda: “seorang mukmin terhadap mukmin lain adalah seperti sebuah bangunan di mana sebagiannya menguatkan sebagian yang lain.” (H.R Bukhari dan Muslim, No Hadist 2266).*

Hadist di atas menjelaskan bahwa sesama orang islam bersaudaraibarat satu bangunan, begitu juga pada asuransi syariah ibarat suatu bangunan dimana satu dengan yang lain mengokohkan. Apabila satu mendapat musibah maka yang lainpun ikut merasakan dan saling membantu dengan adanya dana *tabarru*.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa asuransi syariah tidak dapat bertentangan dengan Al-Qur’an dan Sunnah. Asuransi Syariah itu merupakan salah satu bentuk muamalah yang bermanfaat bagi umat manusia dan tidak ada keraguan didalamnya. Dengan hadirnya asuransi syariah perlahan-lahan tentunya tidak akan memberikan ruang gerak bagi asuransi konvensional yang sarat dengan ketidakpastian dalam hukum Islam.

#### **2.1.3.3. Fatwa Dewan Syariah**

Dewan Pengawas Syariah merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Peran utamanya adalah untuk mengawasi jalanya operasional sehari-hari Lembaga Keuangan Syariah (LKS) agar selalu sesuai dengan ketentuan-ketentuan syariah. Adapun fungsi dari DPS adalah:

- a. Melakukan pengawasan secara periodik pada LKS yang berada dibawah pengawasannya
- b. Berkewajiban mengajukan usul-usul pengembangan LKS kepada pimpinan lembaga yang bersangkutan dan kepada DSN.
- c. Melaporkan perkembangan produk dan operasional LKS yang diawasinya kepada DSN sekurang-kurangnya dua kali dalam satu tahun anggaran
- d. Merumuskan permasalahan-permasalahan yang memerlukan pembahasan-pembahasan DSN.

Selain itu dalam menjalankan usahanya, perusahaan asuransi dan reasuransi syariah juga menggunakan pedoman yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia yaitu berupa fatwa DSN-MUI, diantaranya tentang pedoman umum Asuransi Syariah.

#### **2.1.4. Pengambilan Keputusan Nasabah**

##### **2.1.4.1. Pengertian Pengambilan Keputusan Nasabah**

Pengambilan keputusan (*decision making*) adalah melakukan penilaian dan menjatuhkan pilihan. Pengambilan keputusan dibutuhkan ketika kita memiliki masalah yang harus diselesaikan dengan memuaskan. Andi Feriyanto & Endang Shyta Triana (2015:138). Sedangkan menurut Siswandi (2013 : 143), Keputusan nasabah adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai

alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Sehingga nasabah yang menggunakan produk cemerlang teliti sebelum membeli dengan memperhatikan manfaat asuransi dasar produk cemerlang scholar. yang membantu masyarakat agar bisa menabung secara konsisten, untuk menjawab kebutuhan nasabah terhadap kebutuhan proteksi asuransi yang menguntungkan nasabah.

#### **2.1.4.2. Dasar Pengambilan Keputusan**

Menurut George R. Terry yang dikutip oleh Andi Feriyanto & Endanf Shyta Triana (2015: 139), dasar-dasar pengambilan keputusan adalah :

1. Intuisi adalah suatu proses bawah sadar atau tidak sadar yang timbul atau tercipta akibat pengalaman yang terseleksi. Pengambilan keputusan yang berdasarkan atas intuisi atau perasaan yang memiliki sifat subjektif, sehingga mudah terkena pengaruh.
2. Pengalaman, pengambilan keputusan berdasarkan pengalaman memiliki manfaat bagi pengetahuan praktis. Karena pengalaman seseorang dapat memperkirakan keadaan sesuatu, dapat memperhitungkan untung ruginya, dan baik buruknya keputusan yang akan dihasilkan. Karena pengalaman, seseorang yang hanya dengan melihat sekejap saja mungkin sudah dapat memperkirakan cara penyelesaiannya.

3. Fakta, pengambilan keputusan berdasarkan fakta dapat memberikan keputusan yang sehat, solid dan baik. Dengan fakta maka tingkat kepercayaan terhadap pengambilan keputusan dapat lebih tinggi, sehingga orang dapat menerima keputusan-keputusan yang dapat dibuat dengan rela dan lapang dada.
4. Wewenang, pengambilan keputusan berdasarkan wewenang biasanya dilakukan oleh pemimpin terhadap bawahannya atau orang yang lebih tinggi kedudukannya kepada orang yang lebih rendah kedudukannya.
5. Rasional, pada pengambilan keputusan yang berdasarkan rasional, keputusan yang dihasilkan bersifat objektif, logis, lebih transparan, dan konsisten untuk memaksimalkan hasil atau nilai dalam batas kendala tertentu, sehingga dapat dikatakan mendekati kebenaran atau sesuai dengan apa yang diinginkan. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pengambilan keputusan secara rasional :
  - a. Kejelasan masalah
  - b. Orientasi tujuan
  - c. Pengetahuan alternatif
  - d. Preferensi yang jelas
  - e. Hasil maksimal.

#### **2.1.5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Dalam Memilih Asuransi Jiwa Syariah**

Menurut Jalaluddin (2018) ada 3 faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih Asuransi Jiwa Syariah yaitu: promosi, produk dan harga.

#### **2.1.5.1. Promosi**

Promosi adalah mengkomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Promosi sangat berperan penting untuk mengimpormasikan produk dari produsen kepada konsumen. Promosi di zaman modern ini tidak cukup dari mulut kemulut, televisi, media cetak, radio, tetapi juga melalui media sosial (Ikram, 2017).

Adapun indikator dari promosi menurut Yulianto (2018) adalah:

##### 1. Periklanan (*advertising*)

Merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard, koran, majalah, televisi, atau radio

##### 2. Promosi Penjualan (*sales promotion*)

Merupakan sarana yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.

##### 3. Publisitas

Sejumlah informasi tentang seseorang, barang atau

organisasi/perusahaan yang disebarluaskan ke masyarakat dengan cara membuat berita yang mempunyai arti komersial atau berupa penyajian-penyajian yang lain yang bersifat positif.

#### **2.1.5.2. Produk**

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil suatu perusahaan yang ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Suatu perusahaan harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi/kompensasi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba, membeli, dan memilih produk tersebut (Jalaluddin, 2018).

Pengertian produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetisi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil

produksinya. Produk dipandang oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian/pemilihan (Agesta, 2018).

produk adalah sesuatu yang diperjualbelikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari sesuatu hasil kreativitas seseorang, tim marketing atau perusahaan (Wijayanti, 2014).

Adapun Indikator Produk menurut Kotler (2012: 29) yaitu:

#### 1. Kualitas produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut. Produk merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas produk dalam menunjukkan berbagai fungsi termasuk didalamnya ketahanan, handal, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan.

Seseorang tertarik dengan suatu produk karena produk yang tersedia mempunyai kualitas yang baik, lengkap, dan harga terjangkau yang memuaskan. Sehingga akan membuat konsumen lebih senang karena produk yang diinginkan tidak mengecewakan. Selain itu, konsumen lebih leluasa dalam memilih barang yang sesuai dengan kebutuhan berdasarkan jenis produknya.

#### 2. Keunggulan produk

Unsur-unsur keunggulan produk misalnya keunikan, nilai dan keuntungan yang ditawarkan perusahaan harus dilihat dari

perspekif pelanggan, yang didasarkan pada pemahaman atas kebutuhan dan keinginan pelanggan, juga dari faktor subjektif mereka (suka atau tidak suka).

### 3. Manfaat Produk

Manfaat dari produk ialah mengusahakan agar barang hasil produksi dapat mencapai standar yang telah ditetapkan dan mengusahakan agar biaya produksi dapat menjadi serendah mungkin sehingga seseorang tertarik menggunakan produk tersebut.

### 4. Daya Tahan (*Durability*)

Daya tahan (*durability*) yaitu berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti karena semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produksi maka semakin besar pula daya tahan produk.

#### **2.1.5.3. Harga**

Harga sejumlah nilai yang ditukarkan oleh seorang konsumen dengan manfaat yang dimiliki oleh suatu barang atau jasa yang nilai barang atau jasa tersebut ditetapkan oleh penjual, kemudian terjadi tawar-menawar antara penjual dan pembeli atau harga ditetapkan penjual untuk satu harga terhadap semua pembeli (Martini, 2015).

Harga dapat diartikan sebagai ekspresi dari sebuah nilai, dimana nilai

tersebut menyangkut kegunaan dan kualitas produk, citra yang terbentuk melalui iklan dan promosi, ketersediaan produk melalui jaringan distribusi dan layanan yang menyertainya. Dalam menentukan harga yang harus diperhatikan adalah penentuan persaingan sebagai batas atas dan biaya (*cost*) sebagai batas bawah (Gunara dan Sudiby, 2016:44).

Adapun indikator harga menurut Kotler dan Armstrong (2018: 278) yaitu:

a. Keterjangkauan harga

Keterjangkauan harga adalah suatu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Kesesuaian harga dengan kualitas produk yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.

c. Daya saing harga

Daya saing harga yaitu penawaran harga yang diberikan oleh produsen/penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama.

d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk

Kesesuaian harga dengan manfaat produk yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan produsen/penjual yang sesuai

dengan manfaat yang diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

## 2.2. Penelitian Terdahulu

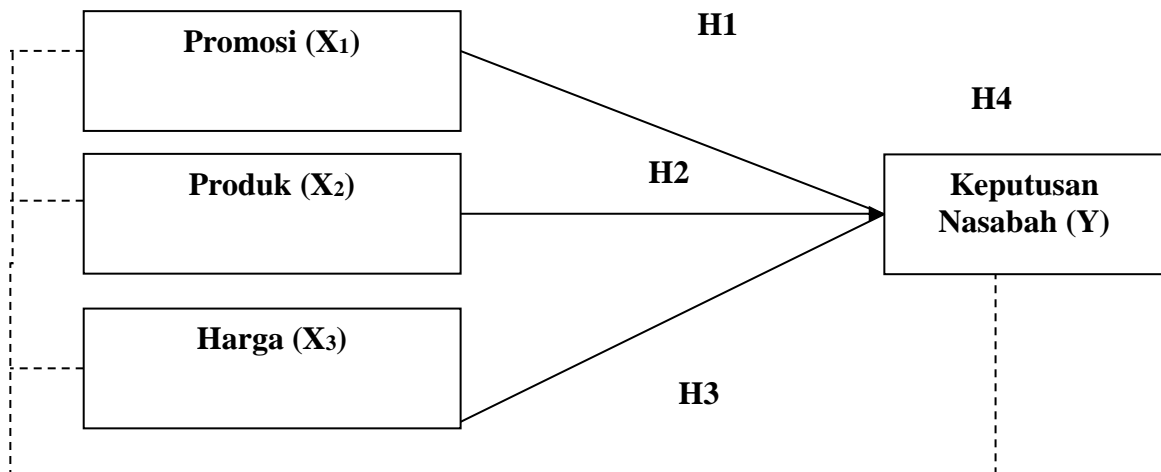
**Tabel 2.1**  
**Perbandingan Penelitian Terdahulu yang Mendukung Penelitian**

No	Judul	Nama Jurnal	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Produk Asuransi (Studi Kasus Produk Sinarmas MSIG life Link 88 pada PT.Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG life Cabang Ambon) (Jancen Roland Patty, 2018)	Cita Ekonomika, Jurnal Ekonomi	- Promosi - Pelayanan - Premi - Minat Nasabah	Faktor variabel promosi lebih dominan dari pada faktor variabel-variabel lainnya terhadap minat nasabah non muslim dalam membeli produk Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 cabang Magonda
2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Asuransi Jiwa Ajb Bumiputera 1912 (Saiful Anwar, Dasniar, Romi Susanto, 2017)	Jurnal Pundi	- Produk - Harga - Regiulitas - Minat Nasabah	Variabel Produk, hargadan regiulitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam berasuransi syariah. Sedangkan variabel promosi dan lokasi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam berasuransi syariah.
3	Studi Literatur : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat dalam Memilih Asuransi Kesehatan (Khoirunnisa Ghefira Yusrani, 2023)	Jurnal Medika Husada	- Religiusitas - <i>Marketing Mix</i> - Keputusan Pembelian	Faktor religiusitas dengan <i>marketing mix</i> sebagai variabel moderator lebih menguatkan keputusan pembelian dibandingkan tanpa menggunakan <i>marketing mix</i>
4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Banda Aceh Dalam Pemilihan Asuransi Jiwa Syariah (Jalaluddin,2018)	<i>Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam</i>	- Produk - Religiusitas - Harga - Lokasi - Promosi - Keputusan Pemilihan	Variabel bebas hanya produk dan religiusitas yang signifikan mempengaruhi masyarakat. Sedangkan Harga, lokasi dan promosi tidak signifikan berpengaruh dalam keputusan pemilihan AJS

5	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah (Raudhatul Jannah Irfan, Farid Fathony Ashal, Riza Aulia, 2020)	JIHBI, Global Journal of Islamic Banking and Finance	Persepsi - Minat Masyarakat - Asuransi Syariah	Secara parsial persepsi dan minat masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap Asuransi syariah. Sedangkan secara simultan variabel persepsi dan minat masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap asuransi syariah dengan <i>level of significance</i> kurang dari 5 %
---	---	--	--	--

### 2.3 Kerangka Konseptual

Gambaran yang berupa kerangka berfikir sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian

### 2.4 Hipotesis Penelitian

$H_0$  : Diduga promosi, produk dan harga tidak berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan.

$H_a$  : Diduga promosi, produk dan harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan.