

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Manfaat, dan Lokasi terhadap Keputusan Shahibul Mal memilih Asuransi Syariah di Indonesia

Irwan W.¹⁾, Nesha Rizky Ashari²⁾

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

*Email korespondensi: irwankaribo56@gmail.com

Abstract

The role of insurance has become crucial in securing the future. It is essential to know where to invest and what the benefits are. Therefore, the insurance system provides a riba-free environment where Shahibul Mal invests their money and compensates for losses according to Sharia. This study aims to analyze the influence of service quality, benefits, and location on Shahibul Mal's decision to choose Sharia insurance in Indonesia. The research is expected to provide deep insights into the impact of service quality, benefits, and location on Shahibul Mal's decision in Indonesia. This study employs a quantitative method with data collection techniques through questionnaires (google forms) distributed via social media. The analysis method used is path analysis or Structural Equation Modeling (SEM). The findings of this research indicate that service quality, benefits, and location have a significantly positive influence on Shahibul Mal's decision.

Keywords: *Shahibul Mal Decision, Islamic Insurance, Service Quality, Benefits, Location*

Saran sitasi: Irwan. W., & Ashari, N. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Manfaat, dan Lokasi terhadap Keputusan Shahibul Mal memilih Asuransi Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(03), 2459-2469. Doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.14136>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.14136>

1. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan manusia tentunya akan selalu dihadapkan dengan peristiwa serta risiko yang tidak dapat diprediksi dan dapat menimbulkan berbagai macam kerugian. Risiko merupakan kemungkinan suatu hal yang tidak diinginkan terjadi yang menimbulkan kerugian (Irfan et al. 2020). Asuransi Syariah telah lama menjadi bagian dari industri keuangan Islam di dunia. Indonesia, sebagai salah satu negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, memiliki lembaga yang membantu menjamin atau memberikan proteksi atas risiko, yaitu asuransi. Perkembangan asuransi di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim terus meningkat. Lembaga-lembaga keuangan non-bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah kini mulai meluas ke berbagai wilayah (Pramudya & Rahmi, 2022; Jannah & Nugroho, 2019).

Asuransi syariah di Indonesia telah berjalan selama 22 tahun sejak pertama kali didirikan pada tahun 1994 dengan diresmikannya PT. Takaful Keluarga. Dibandingkan dengan asuransi

konvensional, yang sudah beroperasi sejak tahun 1912 dengan berdirinya Asuransi Bumiputera, usia asuransi syariah masih tergolong relatif muda. Melihat pertumbuhannya hingga saat ini, terdapat peluang yang besar bagi asuransi syariah untuk berkembang lebih pesat di masa depan (Ichsan, 2016). Risiko dalam kontrak asuransi Syariah tidak di serap oleh perusahaan asuransi namun ditanggung oleh seluruh pemegang polis dalam kelompoknya. Perusahaan asuransi tidak memiliki kewajiban terhadap klaim di masa depan, namun sekelompok pemegang polis memilikinya (Wahyuni et al. 2023). Dana yang dikumpul dari pemegang polis (dana tabaru) harus diusahakan mencukupi untuk menutupi risiko yang diperhitungkan untuk mengklaim dimasa depan. Dana tabarru ini bukan milik perusahaan melainkan milik peserta kelompok.

Bouzaher et al. (2014) dalam asuransi syariah (takaful), terdapat kontrak alternatif yang solid yang dapat digunakan sebagai akad. Salah satunya adalah akad mudharabah, yaitu kontrak antara penyedia modal dan manajemen, di mana setiap keuntungan

dibagi sesuai rasio atau persentase yang disepakati oleh kedua belah pihak. Dalam praktik asuransi syariah, peserta memberikan modal kepada operator asuransi syariah, dan kerugian penuh ditanggung oleh penyedia modal. akad lainnya adalah musyarakah, di mana kedua belah pihak memberikan modal atau berpartisipasi dalam pengelolaan. Keuntungan didistribusikan berdasarkan modal yang diinvestasikan dan hasil negosiasi. Kerugian dibagi secara proporsional sesuai dengan kontribusi modal masing-masing pihak. Pengelolaan kontribusi dalam asuransi syariah, yang dikenal dengan premi dalam asuransi konvensional, merupakan kewajiban perusahaan asuransi syariah yang harus dilakukan sesuai dengan amanah. Hal ini penting agar kepercayaan yang diberikan oleh pemegang polis dapat dijalankan sesuai dengan prinsip syariah.

Menurut data OJK, kontribusi ini mengalami peningkatan dari Rp 12,2 triliun pada tahun 2016, menjadi Rp 14 triliun pada tahun 2017, dan Rp 15,3 triliun pada tahun 2018, hingga mencapai Rp 4 triliun pada Maret 2019. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap pembayaran kontribusi terus bertambah seiring dengan peningkatan pemahaman dan pengetahuan tentang syariah (Handayani, 2019). Beberapa unit usaha asuransi Syariah yang mengalami peningkatan selama lima tahun terakhir, menunjukkan pertumbuhan positif dalam asset asuransi Syariah. Hal ini memainkan peran penting dalam meminimalkan risiko dalam asuransi untuk memberikan pelayanan yang tepat kepada masyarakat (Nasution, 2022).

Asuransi merupakan sarana finansial yang penting dalam kehidupan rumah tangga, baik untuk menghadapi risiko kematian maupun untuk melindungi harta benda yang dimiliki. Asuransi syariah adalah skema yang didasarkan pada prinsip persaudaraan dan solidaritas (Raza *et al.* 2020). Berdasarkan konsep Ta'awun, yang berarti gotong royong dalam asuransi syariah, peserta sepakat untuk saling membantu orang lain yang mengalami musibah (Rifas *et al.* 2023).

Asuransi Syariah juga dianggap sebagai alat untuk memitigasi risiko bisnis, menjamin usaha bisnis, jenis asuransi yang beroperasi menggunakan Yayasan Syariah dan menjadikan umat Islam sebagai target pemasaran (Amron *et al.* 2018). Membantu peserta adalah dasar dari pemikiran manajemen risiko dalam asuransi syariah. Asuransi syariah memainkan peran penting dalam eksistensi manusia, tetapi tunduk pada prasyarat mendasar seperti transfer risiko dan

penetapan harga berbasis risiko (Rifas *et al.* 2023; Funch *et al.* 2023; Sari, 2024). Asuransi Syariah berupaya saling membantu dan mendukung ekonomi Syariah untuk mencapai tujuan tersebut (Khan *et al.* 2018).

Keputusan merupakan rencana sadar konsumen untuk mencoba dalam menggunakan produk (Widhiawara & Soesanto, 2020). Keputusan penggunaan sebagai suatu proses integrasi yang digunakan untuk menggabungkan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya (Rismalia & Sugiyanto, 2022). Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara harapan dan kinerja. Harapan terbentuknya sebagai hasil dari pengalaman sebelumnya yang diterima konsumen, komunikasi dari mulut ke mulut, berita, upaya pemasaran perusahaan dan pesaing serta kebutuhan pribadi (Ratnawati & Kholis, 2020).

Keberhasilan suatu perusahaan asuransi sangat dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan tersebut membuat nasabah untuk memutuskan memilih perusahaan tersebut, dan salah satunya dengan memberikan pelayanan kepada nasabah yang hendaknya diarahkan kepada pelayanan yang berkesinambungan. Kualitas pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan konsumen, baik dari produk maupun jasa, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen (Tijjang, 2020). Keputusan nasabah dalam memilih meliputi faktor kualitas pelayanan, dengan adanya faktor tersebut masalah yang dihadapi sebuah perusahaan asuransi yaitu pemahaman shahibul mal terhadap asuransi agar meningkatkannya jumlah shahibul mal setiap tahunnya dengan mengambil keputusan yang tepat terhadap perusahaan asuransi tersebut (Sissah *et al.*, 2023).

Manfaat diukur berdasarkan sejauh mana mereka memenuhi kebutuhan atau meningkatkan kualitas hidup penerima manfaat. Dalam analisis kebijakan atau evaluasi program, identifikasi dan pengukuran manfaat adalah langkah penting untuk menentukan efektifitas dan efisiensi suatu inisiatif. Asuransi selaku Lembaga keuangan non-bank mempunyai peranan cukup penting bagi masyarakat (Agustianto, 2021). Lokasi merupakan faktor yang sangat penting dalam menciptakan keputusan nasabah asuransi. Lokasi seringkali tetap menjadi faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa (Hidayat, 2020; Permata Sari, 2021). Menurut

Rambat (2006) lokasi didefinisikan sebagai tempat di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasinya, atau tempat di mana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan (Utami et al. 2017).

2. LITERATUR REVIEW

Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Shahibul Mal

Pelayanan atau jasa sebagai tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepilikan (Amelisah & Sholichah, 2021). Parasuraman, A. et al. (1988) mengungkapkan 5 indikator *service quality* sebagai berikut:

- a. *Reliability* adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat. Reliability berarti bahwa perusahaan telah memenuhi janjinya dalam hal pemecahan masalah dan harga. Dalam bidang asuransi, pelayanan yang handal berarti agen asuransi dapat memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan membantu shahibul mal dengan cepat menyelesaikan masalah yang dihadapinya.
- b. *Responsiveness* merupakan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat. Dalam hal ini menekankan perhatian dan ketepatan waktu dalam menangani permintaan, pemecahan masalah, dan keluhan pelanggan. Kemudian, jika dikaji lebih mendalam pelayanan responsive dalam asuransi, dapat terlihat dari kemampuan agen asuransi dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dengan cepat dalam mengatasi keluhan pemegang polis.
- c. *Assurance* meliputi pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dalam hal ini mungkin sangat penting dalam layanan yang membutuhkan tingkat kepercayaan yang tinggi Bank, Asuransi, dan Dokter. Oleh karena itu, dalam pelayanan asuransi, kepastian menjadi hal yang sangat penting bagi calon nasabah.
- d. *Empaty* adalah semacam kepedulian dan perhatian pribadi kepada pelanggan. Inti dari empati ialah menunjukkan kepada pelanggan melalui pelayanan istimewa kepada pelanggan, kebutuhan mereka dapat dipahami dan dipenuhi. Dalam menjalani hubungan yang baik, tentunya pelayanan yang diberikan oleh agen harus menunjukkan kepeduliannya terhadap pelanggan.

e. *Tangible* penampilan fasilitas fisik, peralatan personal, dan bangunan. Dimensi ini menggambarkan bentuk fisik serta layanan yang nantinya akan diberikan kepada pelanggan. Dalam hal ini asuransi berarti agent menunjukkan pelayanan berupa kerapihan penampilan, kebersihan dan kenyamanan ruang.

Crosignani et al. (1970) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai hasil suatu proses dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan dibandingkan dengan pelayanan sebenarnya yang mereka terima. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Anggraini T et al. (2022) mengungkapkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berpengaruh positif. Umum et al. (2020) mengungkapkan Pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan shahibul mal memilih asuransi Syariah.

H₁: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih asuransi syariah

Manfaat terhadap Keputusan Shahibul Mal

Manfaat menjadi fokus utama dalam upaya perusahaan asuransi Syariah untuk memberikan perlindungan finansial yang efektif bagi para nasabahnya. Dalam dunia yang penuh dengan tantangan pemahaman mendasar terhadap manfaat produk asuransi Syariah memainkan peran krusial dalam membantu individu atau kelompok mengelola risiko keuangan mereka (M. A. Simanjuntak, 2023). Jeremy Bentham (1983) manfaat adalah prinsip yang menyatakan bahwa tindakan yang benar adalah tindakan yang memberikan manfaat terbesar bagi jumlah orang terbanyak. Menekankan pentingnya menghitung kebahagiaan dan penderitaan yang dihasilkan oleh suatu tindakan untuk menentukan nilainya (Latipulhayat, 2015). Dalam estimasi yang dilakukan oleh Zahroh et al. (2023) sampel yang digunakan sebanyak 100 orang yang masuk dalam kategori penelitian menemukan bahwa manfaat dapat mempengaruhi keputusan para nasabah. Sejalan dengan Kurniaputra & Nurhadi (2018) sampel yang digunakan sebanyak 80 orang responden menemukan manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.

H₂: Manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan shahibul mal dalam memilih asuransi syariah

Lokasi terhadap Shahibul Mal

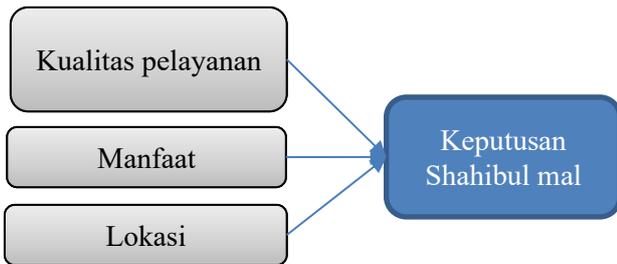
Lokasi didefinisikan sebagai tempat, kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis karena

dapat ikut menentukan tercapainya tujuan dan usaha. Penelitian dari Tanjung *et al.* (2023) mengestimasi 100 orang responden yang dipilih secara *purposive sampling* menunjukkan lokasi dapat mempengaruhi keputusan nasabah. Sejalan dengan 160 responden dalam estimasinya menemukan lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Di sisi lain, Rizky & Zulkifli (2021) mengungkapkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

H₃: Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan shahibul memilih asuransi syariah

Berdasarkan literatur di atas maka penelitian menggambarkan kerangka berpikir sebagai berikut:

Gambar 1. Desain Penelitian



3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis permasalahan yang dihadapi. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan alat untuk olah data menggunakan statistik, oleh karena itu alat yang diperoleh dan hasil yang didapatkan berupa angka (Sahir, 2022). Dalam

penelitian ini populasinya yaitu seluruh masyarakat yang menggunakan asuransi syariah.

Jenis data yaitu data primer yang dikumpulkan dan diolah sendiri langsung dari objeknya. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui google form secara online berisi pertanyaan terkait kualitas pelayanan, manfaat, dan lokasi. Teknik analisis yang digunakan yaitu path analysis dengan model SEM (Structural Equation Modeling). SEM merupakan pendekatan fleksibel yang memungkinkan peneliti menentukan model statistik yang terdiri dari persamaan yang menjelaskan hubungan antara suatu konstruk dan variabel yang diamati (Schuberth et al., 2023). Model pengukuran dalam SEM menggambarkan hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikator yang merefleksikannya (Rahardja, Christina; Anandya, Dudi; Setywan, 2017)

Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode AMOS (Analysis of Moment Structure) yang merupakan salah satu program atau software yang digunakan untuk mengistemasi model pada model persamaan strukturan SEM (Guenther et al., 2023). PLS-SEM adalah pengujian yang dilakukan tanpa dasar teori yang kuat dengan mengabaikan beberapa asumsi (non-parametrik) dan parameter ketepatan model prediksi dilihat dari nilai koefisien determinasi (R²). PLS-SEM sangat tepat digunakan pada penelitian yang bertujuan mengembangkan teori (Haryono, 2016).

Tabel 1. Indikator Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Kode
1	Keputusan Shahibul Mal	Saya memilih menggunakan asuransi syariah karena sesuai dengan kriteria Syariah	KS 1
		Saya memilih menggunakan asuransi syariah karena kemurniaan konsep syariah yang ditawarkan	KS 2
		Saya memilih menggunakan asuransi syariah karena sistem syariah yang tidak merugikan nasabah	KS 3
		Saya memilih menggunakan asuransi syariah karena adanya kebutuhan atau keinginan	KS 4
		Saya memilih menggunakan asuransi syariah setelah melakukan penilaian dan seleksi	KS 5
2	Kualitas Pelayanan	Asuransi Syariah memiliki fasilitas gedung, ruangan yang nyaman, terdapat musholla dan toilet yang bersih	KP 1
		Asuransi syariah melakukan penanganan antrian sesuai dengan teratur sesuai dengan yang diharapkan	KP 2
		Asuransi syariah memiliki sarana komunikasi yang lengkap	KP 3
		Asuransi syariah memberikan pelayanan secara maksimal kepada nasabah	KP 4
		Asuransi syariah selalu menyampaikan informasi yang dapat dimengerti	KP 5

No.	Variabel	Indikator	Kode		
		Pegawai asuransi syariah cepat dalam hal pelayanan	KP 6		
		Pegawai asuransi syariah akurat dalam pelayanan dan tepat waktu	KP 7		
		Pegawai asuransi syariah selalu menciptakan hubungan yang baik kepada nasabah	KP 8		
		Pegawai asuransi syariah menciptakan komunikasi yang baik kepada nasabah	KP 9		
		Pegawai asuransi syariah ramah dalam melayani nasabah	KP 10		
		Pegawai asuransi syariah sabar dalam menjawab pertanyaan	KP 11		
		Pegawai asuransi syariah memberikan layanan yang cepat dan tepat	KP 12		
		Pegawai asuransi syariah merespon setiap keluhan terhadap permasalahan nasabah	KP 13		
		Pegawai asuransi syariah selalu ontime melakukan pelayanan dengan janji yang telah disepakati	KP 14		
		Pegawai asuransi syariah membuat saya merasa aman secara pribadi	KP 15		
		Pegawai asuransi syariah dapat mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pribadi saya	KP 16		
		Pegawai asuransi syariah memiliki pengetahuan yang luas mengenai asuransi syariah	KP 17		
		Pegawai asuransi syariah memiliki sikap tanggung jawab terhadap nasabah	KP 18		
		Pegawai asuransi syariah menjaga standar layanan setiap saat	KP 19		
		Pegawai asuransi syariah terlatih dengan baik	KP 20		
		Pegawai asuransi syariah dapat memberikan perhatian secara pribadi kepada nasabah	KP 21		
		Pegawai asuransi syariah mengetahui dan mencatat kebutuhan nasabah	KP 22		
		Pegawai asuransi syariah memahami keinginan nasabah	KP 23		
		Pegawai asuransi syariah membantu menyelesaikan kesulitan nasabah	KP 24		
		Pegawai asuransi syariah merespon dengan baik apa yang menjadi keluhan nasabah	KP 25		
		3	Lokasi	Saya merasa akses menuju kantor asuransi syariah sering dilewati dan mudah dijangkau sarana transportasi	LK 1
				Saya merasa kantor asuransi syariah mudah dijangkau dengan menggunakan mobil dan motor	LK 2
				Akses menuju kantor asuransi syariah tidak memakan waktu yang lama	LK 3
				Kantor asuransi syariah dapat dilihat dengan jarak jelas dari jarak pandang normal	LK 4
				Terdapat petunjuk arah yang jelas untuk menuju kantor asuransi syariah	LK 5
	Kepadatan jalan dan kemacetan lalu lintas menuju kantor asuransi syariah cukup lancar	LK 6			
	Kondisi jalan menuju kantor asuransi syariah bagus	LK 7			
	Kantor asuransi syariah memiliki lahan yang cukup luas	LK 8			
	Kantor asuransi syariah dekat dengan pemukiman warga	LK 9			
	Lingkungan sekitar kantor asuransi syariah aman dan nyaman	LK 10			
	Lokasi kantor asuransi syariah mengikuti peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah	LK 11			
4	Manfaat	Mendapatkan keuntungan dari hasil investasi yang dilakukan asuransi syariah dan dibagi sesuai akad yang digunakan	MF 1		
		Jika terkena musibah maka asuransi syariah akan memberikan biaya sesuai kesepakatan atau akad yang dibuat	MF 2		

No.	Variabel	Indikator	Kode
		Asuransi syariah akan memberikan uang tabungan kepada nasabah dari pembayaran tabbaru' setiap bulan sesuai dengan akad	MF 3
		Asuransi syariah menggunakan akad tabbaru' yaitu tolong menolong sehingga imbalannya adalah pahala	MF 4
		Asuransi syariah memberikan jaminan ahli waris apabila nasabah meninggal dunia	MF 5

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Rincian demografis responden secara menyeluruh dengan persentase 9,3% berusia 17-20 tahun, 84,9% berusia 20-30 tahun, 4,9% berusia 30-40 tahun dan 1% berusia 40-50 tahun. Jenis kelamin laki-laki 29,9% dan perempuan 70,1%. Pendidikan terakhir SMA sebanyak 43,1%, D4/S1 sebanyak 52,9% dan yang bergelar magister (S2) sebanyak 3,9%. Dengan mayoritas pekerjaan 73% sebagai pelajar dan mahasiswa, ASN/PNS 5,4%, kalangan wiraswasta/wirausaha 18,1%, ibu rumah tangga 5,4%. Dengan berasal dari beragam pulau yakni, Sumatera 14,2%, Jawa 18,1%, Kalimantan 16,2 %, Sulawesi 22,1%, Nusa Tenggara 16,7% dan Papua 12,7%. Rincian pernyataan tentang apakah anda nasabah asuransi Syariah 100%, dengan opsi jawaban ya sebesar 75,5% dan opsi jawaban tidak sebesar 24,5%.

Dalam penerapan model SEM, terdapat istilah yang disebut sebagai loading factor yang berguna untuk mengevaluasi kestabilan nilai validitas dari variabel konvergen. Permodelan SEM dengan loading factor akan dijelaskan di bawah ini. Validitas variabel konvergen diukur melalui indikator yang tercermin dalam nilai loading factor. Loading factor merupakan suatu nilai yang menggambarkan sejauh mana hubungan antara nilai item pernyataan dan nilai indikator konstruk yang digunakan untuk mengukur konstruk tersebut. Suatu loading factor dianggap valid ketika nilainya melebihi 0,7 (Muhammad Agus Futuhul Ma'wa et al., 2023).

Tabel 2. Profil Responden

Karakteristik	Kategori	Presentase
Usia	17-20 Tahun	9,3%
	20-30 Tahun	84,8%
	30-40 Tahun	4,9%
	40-50 Tahun	1%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	29,9%
	Perempuan	70,1%
Pendidikan Terakhir	SMA	43,1%
	D4/S1	52,9%
	S2	3,9%

Karakteristik	Kategori	Presentase
Pekerjaan	ASN/PNS	5,4%
	Wiraswasta/Wirausaha	18,1%
	Pelajar/Mahasiswa	73%
	Ibu Rumah Tangga	3,4%
Asal Pulau	Sumatera	14,2%
	Jawa	18,1%
	Kalimantan	16,2%
	Sulawesi	22,1%
	Nusa Tenggara	16,7%
	Papua	12,7%
Nasabah asuransi syariah	Ya	75,5%
	Tidak	24,5%

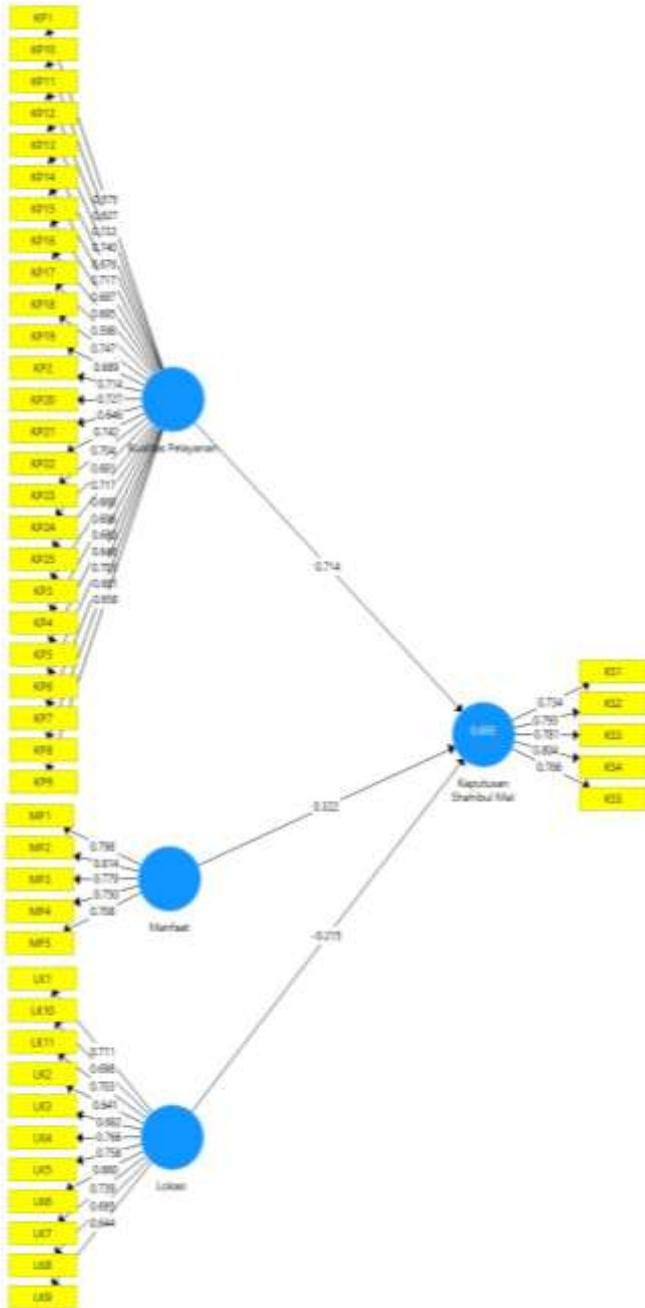
Pada mulanya diagnosa matriks *loading factor* yaitu 0,3 di pertimbangkan telah memenuhi level minimal, dan untuk *loading factor* <0,4 dianggap lebih baik, dan untuk *loading factor* >0,5 secara umum dapat dikatakan signifikan. Dalam penelitian ini yang menjadi batas minimum *loading factor* yang digunakan adalah 0,6. Nilai *loading factor* dari masing-masing indikator dapat ditampilkan seperti yang terdapat pada tabel 3. berikut dengan pengolahan data menggunakan smart PLS (Hair *et al.*, 2014).

Berdasarkan pada hasil olah data dengan menggunakan Smart PLS, mayoritas indikator pada setiap variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *loading factor* diatas 0,6 yang dianggap sebagai *loading factor* yang baik. Indikasi 1 dan 17 pada variabel kualitas pelayanan dikeluarkan dari model berdasarkan pada hasil Analisa data karena *loading factornya* tidak sesuai dengan kriteria atau lebih kecil dari 0,6.

Pada tabel 1 terdapat sebelas indikator yang menjelaskan variabel kualitas pelayanan yang memberikan kontribusi terbesar adalah indikator KP 18 dengan pernyataan “Pegawai asuransi syariah memiliki sikap tanggung jawab terhadap nasabah” hal ini menunjukkan bahwa pelayanan dari pegawai asuransi Syariah mampu menarik perhatian shahibul mal dalam memilih asuransi Syariah sebagai tabungan

jangka Panjang untuk meminimalisir risiko dimasa yang akan datang.

Gambar 2. Structural Equation Modeling Result



Tabel 3. Nilai Loading Factor

Variabel Konstruk	Indikator	Loading Factor
Keputusan Shahibul Mal	KS 1	0,734
	KS 2	0,793
	KS 3	0,781
	KS 4	0,804
	KS 5	0,786
Kualitas Pelayanan	KP 2	0,714
	KP 3	0,660
	KP 4	0,696

Variabel Konstruk	Indikator	Loading Factor	
Keputusan Shahibul Mal	KP 5	0,680	
	KP 6	0,646	
	KP 7	0,703	
	KP 8	0,681	
	KP 9	0,658	
	KP 10	0,627	
	KP 11	0,722	
	KP 12	0,740	
	KP 13	0,676	
	KP 14	0,717	
	KP 15	0,687	
	KP 16	0,685	
	KP 18	0,747	
	KP 19	0,689	
	KP 20	0,727	
	KP 21	0,646	
	KP 22	0,742	
	KP 23	0,704	
	KP 24	0,681	
	KP 25	0,717	
	Manfaat	MF 1	0,798
		MF 2	0,814
		MF 3	0,779
		MF 4	0,750
		MF 5	0,708
Lokasi	LK 1	0,711	
	LK 2	0,641	
	LK 3	0,682	
	LK 4	0,766	
	LK 5	0,758	
	LK 6	0,660	
	LK 7	0,739	
	LK 8	0,695	
	LK 9	0,644	
	LK 10	0,698	
	LK 11	0,703	

Langkah selanjutnya dengan melakukan uji reabilitas pada penelitian ini dengan melihat nilai *cronbach's alpha* dan nilai *composite reability*. Dengan ketentuan jika nilai *cronbach's alpha* dan nilai *composite reability* lebih dari 0,6 dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* lebih besar dari 0,5 maka dianggap memiliki reabilitas dan validitas convergen yang baik.

Tabel 4. Uji Reabilitas

Variabel	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Keputusan Shahibul Mal (KS)	0,886	0,608
Kualitas Pelayanan (KP)	0,955	0,483
Manfaat (MF)	0,879	0,594
Lokasi (LK)	0,914	0,491

Dari tabel 4. diatas dapat disimpulkan bahwa variabel memenuhi standar reliabilitas dikarenakan nilai semua *composite reliability* lebih besar dari 0,6 dan nilai AVE pada variabel keputusan shahibul mal yaitu sebesar 0,608 dan variabel manfaat sebesar 0,594 yaitu nilai AVE nya lebih besar dari 0,5.

Nilai *R Square* memiliki tujuan untuk pengukuran tingkat variansi perubahan variabel independen pada variabel dependen. Nilai *R Square* berada pada rentang 0 sampai 1. Dengan ketentuan jika semakin nilai R mendekati angka 1 maka semakin kuat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen begitu pula sebaliknya.

Tabel 5. Nilai R-Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Shahibul Mal	0,690	0,686

Nilai *R Square* variabel dependen keputusan shahibul mal yaitu 0,690. Maka dari itu sesuai dengan ketentuan yang disampaikan sebelumnya dapat disimpulkan nilai R mendekati angka 1 berarti terdapat pengaruh yang cukup kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Uji Hipotesis

Variabel	Beta	T statistik	P Value	Ket
H ₁ : Kualitas Pelayanan-Keputusan Shahibul Mal	0,701	7,577	0,000	Diterima
H ₂ : Manfaat-Keputusan Shahibul Mal	0,332	3,951	0,004	Diterima
H ₃ : Lokasi-Keputusan Shahibul Mal	-	2,878	0,000	Diterima

Terdapat kriteria bahwa ketika nilai beta positif maka memberikan makna hubungan positif antar

variabel. Apabila nilai t-statistik lebih besar dari 19,96 maka dapat dikatakan bahwa hubungan antar variabel independen dan variabel dependen signifikan dengan P-Value lebih kecil dari 0,05. Dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan shahibul mal dengan nilai beta sebesar 0,701, nilai t-statistik sebesar 7,577 dan nilai p-value sebesar 0,000. Maka dari itu **H₁ diterima**. Hal ini sejalan dengan penelitian Rinaldi *et al.*, (2022) yang mengatakan bahwa hubungan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah berpengaruh signifikan. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Akhter *et al.* 2021; Kiyem, 2022). Sejalan dengan teori Parasuraman, A. *et al.* (1988) yang memahami bagaimana kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan konsumen yaitu memastikan keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik yang baik, perusahaan asuransi syariah dapat meningkatkan daya tarik dan retensi shahibul mal. Dimensi-dimensi ini mencakup seluruh aspek kualitas pelayanan yang mempengaruhi persepsi dan keputusan shahibul mal dalam memilih asuransi syariah.

Variabel manfaat memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan shahibul mal dengan nilai beta sebesar 0,332, nilai t-statistik 3,951, dan nilai p-value sebesar 0,004 maka dari itu **H₂ diterima**. Penelitian yang dilakukan Kurniaputra & Nurhadi (2018) dan Ernawati (2017) mengatakan bahwa manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan shahibul mal. Hal ini berarti manfaat tersebut memenuhi kebutuhan ekonomi, sosial dan spiritual peserta asuransi syariah. Manfaat ekonomi memberikan perlindungan finansial yang diinginkan, manfaat sosial menciptakan rasa solidaritas dan kontribusi komunitas, dan manfaat keagamaan memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam yang memberikan ketenangan hati dan kepuasan spiritual. Semua faktor ini bekerja bersama untuk mendorong shahibul mal dalam membuat keputusan yang lebih baik dan memilih asuransi syariah. Sejalan dengan *utility theory* yang menyatakan bahwa individu membuat keputusan berdasarkan manfaat (*utility*) yang mereka peroleh dari berbagai alternatif (Zahroh *et al.*, 2023). Shahibul mal mengevaluasi manfaat yang ditawarkan oleh produk asuransi syariah, seperti perlindungan finansial, solidaritas sosial, dan kepatuhan syariah, untuk memaksimalkan kepuasan mereka.

Variabel lokasi memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan shahibul mal dengan nilai beta -0,211, nilai t-statistik 2,878 dan nilai p-value sebesar 0,000 maka dari itu **H₃ diterima**. Artinya, lokasi suatu jasa sangat mempengaruhi tingkatan harga, semakin representative suatu tempat maka berdampak akan semakin tinggi nilai suatu produk. Hal ini sesuai dengan teori Phillip Kotler bahwa tempat menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjadikan produk jasa dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran. Aksesibilitas, kedekatan dengan pusat bisnis dan perumahan, fasilitas dan lingkungan, serta reputasi lokasi yang baik meningkatkan kenyamanan, kepuasan, dan kepercayaan peserta. Dengan memastikan lokasi yang strategis dan mudah diakses, perusahaan asuransi syariah dapat meningkatkan daya tarik dan retensi peserta asuransi syariah. Temuan ini selaras dengan penelitian Juswina *et al.* (2022) dan Aristyanto & Budisentos (2022).

5. KESIMPULAN

Asuransi syariah merupakan salah satu bagian penting dari industri keuangan Islam, terutama di negara dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Indonesia. Meskipun masih relatif muda dibandingkan dengan asuransi konvensional, asuransi syariah menunjukkan potensi besar untuk berkembang. Dalam asuransi syariah, risiko ditanggung oleh seluruh pemegang polis melalui dana tabaru yang dikumpulkan, bukan oleh perusahaan asuransi itu sendiri. Akad-akad seperti mudharabah dan musyarakah digunakan untuk mengatur pembagian keuntungan dan kerugian antara peserta dan operator asuransi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih asuransi syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih asuransi syariah. Pelayanan yang handal, responsif, dan empatik dari agen asuransi sangat berperan dalam menarik minat masyarakat. Selain itu, manfaat yang ditawarkan oleh asuransi syariah, seperti keuntungan dari hasil investasi dan jaminan bagi ahli waris, juga mempengaruhi keputusan konsumen. Lokasi kantor asuransi yang strategis dan mudah diakses turut menjadi pertimbangan penting.

Pengolahan data menggunakan SEM-PLS menunjukkan bahwa indikator-indikator pada setiap

variabel memiliki nilai validitas dan reliabilitas yang baik. Nilai R Square untuk variabel keputusan shahibul mal adalah 0,690, yang menunjukkan pengaruh cukup kuat dari variabel independen (kualitas pelayanan, manfaat, dan lokasi) terhadap variabel dependen (keputusan shahibul mal). Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap asuransi syariah, perusahaan harus fokus pada peningkatan kualitas pelayanan, menawarkan manfaat yang jelas dan signifikan, serta memastikan lokasi kantor yang strategis dan mudah diakses.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami sampaikan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini. Penghargaan kami tujukan kepada para peneliti terdahulu atas kontribusi pemikirannya, teman seperjuangan yang telah membantu, serta dengan hormat kepada pengelola JIEI LPPM STIE AAS Surakarta. Kami juga mengucapkan terima kasih khusus kepada pihak akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta atas dukungan yang diberikan dalam pelaksanaan penelitian ini. Apresiasi setinggi-tingginya kami sampaikan kepada semua pihak yang telah mendukung.

7. REFERENSI

- Agustianto, M. A. (2021). Asuransidalam Pandangan Ekonomi Islam. *AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(1), 91–101.
- Akhter, W., Jamil, H., & Fam, K.-S. (2021). Islamic influence on customer satisfaction: evidence from Takaful and conventional insurance industry. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(4), 524–543. <https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2020-0148>
- Amelisah, & Sholichah, I. U. (2021). Pengaruh Pelayanan, Promosi, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dana Investasi Pada Asuransi Syariah. *Madani Syariah*, 4(2), 28–41. <https://stai-binamadani.e-journal.id/Madanisyariah/article/view/255>
- Amron, A., Usman, U., & Mursid, A. (2018). The role of electronic word of mouth, conventional media, and subjective norms on the intention to purchase Sharia insurance services. *Journal of Financial Services Marketing*, 23(3–4), 218–225. <https://doi.org/10.1057/s41264-018-0055-8>

- Anggraini T, Z, S. Z., & N, I. (2022). Pengaruh Premi, Kualitas Pelayanan dan Klaim terhadap Keputusan Memilih Produk Asuransi Jiwa Syariah di PT Bumiputera Cabang Iskandar Muda Medan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 3029–3047.
- Aristyanto, E., & Budisentos, T. W. (2022). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Promosi, Kualitas Pelayanan, Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Pandaan. *WORLDVIEW (Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Sosial Sains)*, 1(1), 81–94. <https://doi.org/10.38156/worldview.v1i1.118>
- Crosignani, P. G., Brambati, B., & Nencioni, T. (1970). Radioimmunoassay of human chorionic gonadotropin and human placental lactogen in Rh immunized pregnancies. *Annali Di Ostetricia, Ginecologia, Medicina Perinatale*, 92(8), 517–521.
- Ernawati, T. U. (2017). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya. *Artikel Ilmiah Program Studi Manajemen*.
- Guenther, P., Guenther, M., Ringle, C. M., Zaefarian, G., & Cartwright, S. (2023). Improving PLS-SEM use for business marketing research. *Industrial Marketing Management*, 111(October 2020), 127–142. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.03.010>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Handayani, T. (2019). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Pengusaha UMKM terhadap Asuransi Syari'ah. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(3), 1–6.
- Haryono, S. (2016). METODE SEM Untuk Penelitian Manajemen. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 450.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
- Ichsan, N. (2016). Peluang dan Tantangan Inovasi Produk Asuransi Umum Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 131 – 156. fei@unida.ac.id
- Irfan, R. jannah, Ashal, F. F., & Aulia, R. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah. *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(1), 34. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i1.8578>
- Jannah, D. M., & Nugroho, L. (2019). Strategi Meningkatkan Eksistensi Asuransi Syariah Di Indonesia. *Jurnal Maneksi*, 8(1), 169–176. <https://doi.org/10.31959/jm.v8i1.235>
- Juswina, E. D., Asse, A., & Trimulato. (2022). Pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Wadi'ah di Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(2), 71–88. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i2.1239>
- Khan, I., Abdul Rahman, N. N. B., Zulkifli Bin Mohd Yusoff, M. Y., Mohd Nor, M. R., & Bin Noordin, K. (2018). A narrative on Islamic insurance in Bangladesh: problems and prospects. *International Journal of Ethics and Systems*, 34(2), 186–199. <https://doi.org/10.1108/IJOES-06-2017-0087>
- Kiyem, S. H. (2022). Pengaruh Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Mudharabah Dengan Tingkat Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Al-Iqtishad*, 18(2), 1. <https://doi.org/10.24014/jiq.v18i2.18398>
- Kurniaputra, A. Y., & Nurhadi, M. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bri Di Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 8(1), 109–120. <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1557>
- Latipulhayat, A. (2015). Khazanah: Jeremy bentham. *Ilmu Hukum*, 2(2), 413-425 (p.424). <http://jurnal.unpad.ac.id/pjih/article/download/7342/3375>
- M. A. Simanjuntak, Y. (2023). Analisis Nilai Manfaat PT. Prudential Life Insurance Cabang Binjai. 6(3), 436–444. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/6102/4075>
- Muhammad Agus Futuhul Ma'wa, Hasbi, Triyani Aprilia, & Suci Wulandari Siregar. (2023). Adoption of halal cosmetics: extending the Theory of Planned Behavior with halal literacy as a moderation variable. *Journal of Halal Product and Research*, 6(1), 22–34. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.6-issue.1.22-34>
- Nasution, Z. (2022). Sharia insurance efficiency in Indonesia and Malaysia using the stochastic frontier approach analysis. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 3(2), 123–136. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol3.iss2.art5>
- Parasuraman, A. Zeithaml, Valarie A. Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*.

- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Pramudya, R. M., & Rahmi, M. (2022). Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 70. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4350>
- Rahardja, Christina; Anandya, Dudi; Setywan, A. (2017). *Penerapan SPSS, Amos dan Lisrel pada Penelitian Bisnis dan Pemasaran*.
- Ratnawati, A., & Kholis, N. (2020). Measuring the service quality of BPJS health in Indonesia: a sharia perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 11(4), 1019–1042. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2018-0121>
- Raza, S. A., Ahmed, R., Ali, M., & Qureshi, M. A. (2020). Influential factors of Islamic insurance adoption: an extension of theory of planned behavior. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1497–1515. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0047>
- Rifas, A. H., Ab Rahman, A., Buang, A. H., & Abdul Talib, M. (2023). Business entrepreneurs' intention towards takaful participation to mitigate risk: a study in Sri Lanka based on the theory of planned behaviour. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2022-0034>
- Rinaldi, Y., Samsir, S., & Widayatsari, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah melalui Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian. *Eklektik : Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.24014/ekl.v5i1.15973>
- Rismalia, R., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggul. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 561–588. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.309>
- Rizky, & Zulkifli. (2021). *PENGARUH PREMI ASURANSI, CITRA, LOKASI, KUALITAS PELAYANAN, DAN LAYANAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH MEMILIH ASURANSI SYARIAH (Study Pada PT. Takaful Keluarga Bandar Lampung)*.
- Sahir, S. H. (2022). *Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022*.
- Sari, S. A. (2024). Pengaruh Premi, Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Berasuransi Di PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Jambi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 379. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.11258>
- Schuberth, F., Hubona, G., Roemer, E., Zaza, S., Schamberger, T., Chuah, F., Cepeda-Carrión, G., & Henseler, J. (2023). The choice of structural equation modeling technique matters: A commentary on Dash and Paul (2021). *Technological Forecasting and Social Change*, 194(June), 122665. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122665>
- Sissah, Nofriza, E., & Az-Zahra, S. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Syariah (Studi Pada Nasabah PT. Asuransi Jasa Raharja Putera Cabang Jambi). *Journal of Student Research (JSR)*, Vol. 1, No. (5), 438–458.
- Tanjung, A. F., Adha, R., & Batubara, C. (2023). Pengaruh Variasi Menu, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di Tom Sushi Pada Mahasiswa FEBI UINSU. *Jurnal E-Bis*, 7(2), 586–600. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1277>
- Tijjang, B. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Amsir Management Journal*, 1(1), 46–58. <https://doi.org/10.56341/amj.v1i1.202>
- Umum, A., Muda, B., & Dumai, C. (2020). *Jurnal tamaddun ummah*. 44–56.
- Utami, E., Studi, P., Syariah, P., Islam, J. E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2017). *Pengaruh Lokasi Kantor Asuransi Takaful*.
- Widhiaswara, I. A., & Soesanto, H. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Gofood di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(2), 114–125. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i2.114-125>
- Zahroh, A., Septiana, A., & Arief, R. Z. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjaman Online Spaylater pada Mahasiswa di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(1), 55–62. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v15i1.63061>