

The Influence of Product Knowledge, Digital Marketing, and Sharia Financial Literacy on the Interest in Sharia Insurance among Communities in Java Island

By Amzar Syaifulloh Dendi Mangkudilaga

ABSTRACT

Java Island has the largest dominance as the center of the Indonesian population and represents the most significant market potential for the sharia insurance industry. However, there are still many people on Java Island who are less interested in sharia insurance. One effort to increase the interest of the Muslim community in insurance is by leveraging product knowledge, digital marketing, and sharia financial literacy. This study aims to determine the influence of insurance knowledge, digital marketing, and sharia financial literacy on Java Island. The data in this study are primary data obtained through questionnaires distributed to respondents across six provinces on Java Island. This research uses PLS testing tools to examine the partial influence of the variables used. The results of this study indicate that the variables of digital marketing and sharia financial literacy have a positive and significant influence on the interest in sharia insurance among the people of Java, while the product knowledge variable does not have a significant effect on the interest in sharia insurance among the people of Java.

Keywords: Digital Marketing, Interest, Islamic insurance, Product Knowledge, Sharia Financial Literacy

Pengaruh Pengetahuan produk, Pemasaran digital, dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Berasuransi Syariah Masyarakat Di Pulau Jawa

Oleh Amzar Syaifulloh Dendi Mangkudilaga

ABSTRAK

Pulau Jawa memiliki dominasi terbesar sebagai pusat masyarakat Indonesia di Indonesia serta menjadi potensi pasar yang paling signifikan bagi industri asuransi syariah. Akan tetapi masih terdapat masyarakat Pulau Jawa yang kurang berminat untuk berasuransi syariah. Salah satu upaya untuk meningkatkan minat asuransi masyarakat muslim yaitu dengan memanfaatkan pengetahuan produk, Pemasaran digital, dan literasi keuangan syariah. Penelitian ini bertujuan guna mengetahui pengaruh pengetahuan asuransi, Pemasaran digital, dan literasi keuangan syariah di Pulau Jawa. Data pada penelitian ini merupakan data primer yang didapatkan melalui melalui pengisian kuesioner yang dibagikan kepada responden yang tersebar di enam provinsi di Pulau Jawa. Penelitian ini menggunakan alat uji PLS untuk melihat pengaruh variabel yang digunakan secara parsial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pemasaran digital dan literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berasuransi syariah masyarakat pulau jawa sedangkan variabel pengetahuan produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap terhadap minat berasuransi syariah masyarakat pulau jawa.

Kata kunci : Asuransi Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Minat, Pemasaran digital
Pengetahuan produk,