

Daftar Pustaka

- Abdullah, J. (2018). Akad-Akad di dalam Asuransi Syariah. *TAWAZUN : Journal of Sharia Economic Law*, 1(1), 11.
<https://doi.org/10.21043/tawazun.v1i1.4700>
- Adiyanto, M. R., & Purnomo, A. S. D. (2021). Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1), 1–12.
- Al-Yasa Basar, M., Sari, N., Nurlina, E., & Indriyani Sitepu, N. (2023). Determinan Minat Berasuransi Syariah Pada Masyarakat Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 5(1), 85–96.
- Ali, M. (2016). Teknik Analisis Kualitatif. *Makalah Teknik Analisis II*, 1–7.
<http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidikan/Analisis+Kuantitatif.pdf>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Andi, M. (2016). Psikolog Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan. *Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.23916/08430011>
- Aramiko, S., & Yanti, N. (2021). The Influence of Student Knowledge and Awareness Sharia Insurance on Interest to Buy Insurance Sharia Personal Accident. *International Journal of Trends in Accounting Research*, 2(2), 2021. <https://journal.adaindonesia.or.id/index.php/ijtar/index>
- Arjaya, K., Konvensi, P. P., Acara, D., & Bali, P. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Desa Wisata Kubu Bakas Klungkung. *Journal of Applied Management Studies (JAMMS)*, 4(2), 136–146.
- Augusty Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen* (edisi 5). Univ. Diponegoro Press.

- Aziz, M. A., & Zamzami, M. T. (2022). Praktik Akad Muzara'ah pada Lahan Pertanian Desa Sambirejo Mantingan Ngawi Jawa Timur dalam Perspektif Fiqih Muamalah. *Ijtihad : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 16(2), 211. <https://doi.org/10.21111/ijtihad.v16i2.8687>
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130.
- Bauhoff, S., Carman, K. G., & Wuppermann, A. (2020). Financial Literacy and Consumer Choice of Health Insurance: Evidence From Low-Income Populations in the United States. *Advances in Health Care Management*, 19, 115–128. <https://doi.org/10.1108/S1474-823120200000019011>
- Belch, George E.; Belch, M. A. (2018). *Advertising and promotion : an integrated marketing communications perspective*. McGraw-Hill.
- Buchori, A., Wijaya, R. W., Ekonomi Pembangunan, J., Ekonomi dan Bisnis, F., Trisakti Jurusan Manajemen, U., & Trisakti, U. (2020). *Ecosains: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembangunan Pengaruh Literasi Keuangan dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Produk Asuransi di Kalangan Mahasiswa*. 11(November), 80–89. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/ekosains>
- Candraditya, H. (2013). Analisis penggunaan uang elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 2, 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Crow, G., Day, C., & Møller, J. (2017). Framing research on school principals' identities. *International Journal of Leadership in Education*, 20(3), 265–277. <https://doi.org/10.1080/13603124.2015.1123299>
- Dafiq, B. I., Hidayati, A. N., & Habib, M. A. F. (2022). Pengaruh literasi keuangan, literasi digital, digital marketing, brand image dan word of mouth terhadap minat generasi z pada bank syariah. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 4971–4982. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1856>
- Damayanti, I. (2019). *Asuransi Syariah Terbuka untuk Non-Muslim*.
REPubLIKA.CO.ID.

<https://ekonomi.republika.co.id/berita/pwsa7y383/asuransi-syariah-terbuka-untuk-nonmuslim>

- Djazuli, & Janwari, Y. (2002). *Lembaga-lembaga perekonomian umat*. RajaGrafindo Persada.
- Ekadjaja, M., & Siswanto, H. P. (2021). Strategi Dan Implementasi Digital Marketing Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(2), 278–286. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v4i2.11347>
- Everlin, S., Sofia Senastri Dahlan, K., Bunda Mulia, U., Ancol Barat, J. I., Pademangan, K., & Jkt Utara, K. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI SIKAP DANMINAT PEMBELIAN MILENIAL TERHADAP ASURANSI JIWA under a Creative Commons Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 license FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI SIKAP DANMINAT. *Jurnal RisetManajemen Dan Bisnis (JRMB) FakultasEkonomi UNIAT*, 5(2), 41–60. <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB/article/view/363>
- Fendiana, Z., Adinda, S., Huda, N., Aisyah, S., & Azifah, N. (2024). *MENJADI PESERTA ASURANSI SYARIAH SERTA PERSEPSI MASYARAKAT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI MASYARAKAT JABODETABEK)* Contact : Cite This Article : 3(1), 19–29.
- Fetesond, M., & Cakranegara, P. A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kemampuan Akademis, Dan Pengalaman Bekerja Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 259–274. <https://caritulisan.com/media/394513-none-a7372c04.pdf>
- Fikri, A., & Djatmiko Sugeng. (2022). Analisis Akad Asuransi dalam Pembiayaan Murabahah (studi amnalysis putusan No.967/Pdt.G/2012/Pa.Mdn). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 6495–6504.
- Haiyang Chen, R. P. V. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, volume 7(issue 2), Pages 107-128. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-)

- Hanafi, & Agustina, L. A. (2021). Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Produk dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Dalam Berasuransi Syariah (Studi Pada Desa Kabandungan Kabupaten Sukabumi). *Jurnal Syar'Insurance (Sijas)*, 7(1), 11–24. <http://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/si/issue/archive>
- Hardani, Auliya, N.H, Andriani, H., fardani, R, A, Ustiawati, j, utami, E, F. Sukmana, D, J & istiqomah, R. . (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Issue January).
- Hasanah, U. (2013). Asy-Syir'ah Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Ilmu Syari' Ah Dan Hukum*, 47(1), 1–31.
- Isnawati, E., & Kurniawan, R. Y. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melalui Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(1), 2021.
- Isti Pujihastuti. (2010). Isti Pujihastuti Abstract. *Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian*, 2(1), 43–56.
- 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>
- Joe Hair, Carole L. Hollingsworth, Adriane B. Randolph, A. Y. L. C. (2017). An updated and expanded assessment of PLS-SEM in information systems research. *Industrial Management & Data Systems*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IMDS-04-2016-0130>
- Josua Tarigan, R. S. (2013). *Creative Digital Marketing*. Elex Media Komputindo.
- Kamal, F. (2014). Manajemen Risiko dan Risiko dalam Islam. *Jurnal Muamalah*, IV(2), h.91-98.
- Kartika Imasari T. (2015). Pengetahuan Produk dan Dampaknya terhadap Perilaku Mencari Variasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 4(2), 150.

- Komaruddin. (1991). *Kamus Perbankan* (Cet. 3). Rajawali Pers.
- Kotler, Philip, K. L. K. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. 19–63.
- Latifah, D. (2022). *ANALISIS LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN INKLUSI KEUANGAN SYARIAH PADA KEBERLANGSUNGAN PROGRAM DESA (Studi Kasus Pada Kelompok Wanita Tani Puspa Mandiri Desa Gunungkarang, Kecamatan Bobotsari, Kabupaten Purbalingga)*.
- Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128.
<https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- N. Lin, B.-S. L. (2007). The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. *Semantic Scholar*.
- Nasdini, Y. (2012). Digital Marketing Strategies that Millennials Find Appealing, Motivating, or Just Annoying. *Journal of Strategic Marketing*, Vol. 19(No.6), pp 489-499.
- Nurdin Nurdin, Ningrum, R., Bachmid, S., & Jali, A. (2020). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45.
- Pangiuk, A., Fakultas, D., Dan Bisnis, E., Uin, I., Thaha, S., & Jambi, S. (2016). Analisis Keputusan Beli Nasabah Non Muslim Pada Asuransi Syariah Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 Cabang Jambi. *Journal of Islamic Economic and Business*, 1(1), 22.
- 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>
- Puspita, D., & Satyo, H. A. (2018). Peran Asuransi Terhadap Resiko Pembiayaan.

Jurnal Mahkamah : Kajian Ilmu Hukum Dan Hukum Islam, 3(2), 263–282.
<https://www.journal.iaimnumetrolampung.ac.id/index.php/jm/article/view/244>

Putri, F. E. (2018). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Penetapan Ujrah Pada Produk Investasi Takafulink Alia (Studi Kasus pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Banda *Fakultas Syariah Dan Hukum. Universitas Islam Negeri* <https://core.ac.uk/download/pdf/293467485.pdf>

Rahim, H. (2014). Optimisme Pertumbuhan Asuransi Indonesia ; Proyeksi Perkembangan Lima Tahun (2014-2018). *Jurnal Asuransi Dan Manajemen Resiko*, 1–21.

Ramadhani, H. (2015). Prospek Dan Tantangan Perkembangan Asuransi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 57–66.

Reber, A. S., & Reber, E. S. (2010). *Kamus psikologi*. Pustaka Pelajar.

Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>

Ridlwani, Ahmad Ajib. (2016). Asuransi Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 04(1).

Rochmat Aldy Purnomo, S.E., M. S. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan Spss* (P. C. S. S. Ambarwati (ed.); 1st ed.). CV. WADE GROUP.

Rosa, Y. Del, & Sovita, I. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketimpangan Distribusi Pendapatan di Pulau Jawa. *Menara Ekonomi*, 2(4), 41–52.

Rusita Purnamasari, D., & Alam, A. (2020). Level of Understanding and Reasons Customers Choose Sharia Insurance Products. *Airlangga International Journal of Islamic Economics and Finance*, 3(1), 42.
<https://doi.org/10.20473/aijief.v3i1.19411>

- Sa'diyah, K., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2019). Pengaruh Digital Marketing dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Asuransi. *Jiagabi*, 8(3), 163–169.
- Safira, M. H., Ginga Nasrullah, M., & Aulia, Y. F. (2021). Potensi Perkembangan Asuransi Syariah Di Indonesia. *Djieb: Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, 1(3), 195–207.
<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/djieb/index>
- Saputra, D. H., Sutikno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah - Google Books. In *Februari* (Issue February 2021).
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=usbSDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=definisi+digital+marketing+&ots=drRtslZ4Ii&sig=hOwbQ0rnR--gd9PHArR9IjLFjRM&redir_esc=y#v=onepage&q=definisi+digital+marketing&f=false%0Ahttps://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&
- Setyorini, W., Khotimah, S., Destiya Ripana, D., Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2022). *PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK ASURANSI KECELAKAAN DIRI TERHADAP MINAT BERASURANSI DI PT. ASKRINDO CABANG PANGKALAN BUN (Studi Kasus : Masyarakat Desa Panopa Yang Bekerja di Kebun Karet dan Sawit)*. 10(2), 117–124.
- Shobah, N. (2017). *ANALISIS LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP PENGGUNAAN JASA PERBANKAN SYARIAH SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN SHARIA FINANCIAL INCLUSION : STUDI PADA MAHASISWA EKONOMI SYARIAH UIN SUNAN AMPEL SURABAYA [UIN SUNAN AMPEL SURABAYA]*. <http://digilib.uinsa.ac.id/id/eprint/15756>
- Sugiharto, S., & Rahardjo, N. A. (2020). Pengaruh Brand Image dan Digital Marketing PT Prudential Life Assurance Terhadap Minat Beli Masyarakat di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(2), 1–20.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan : kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian tindakan* (Cetakan). Alfabeta.
- Sulistianti, A., Fauzia, N. E., & Mujahid, I. (2020). Pengaruh Digital Marketing
- Amzar Syaifulloh Dendi Mangkudilaga, 2024
PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, PEMASARAN DIGITAL, DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT BERASURANSI SYARIAH PADA MASYARAKAT PULAU JAWA
 UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah
www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.Repository.upnvj.ac.id

terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Polis Asuransi. ... *Hukum Ekonomi Syariah*, 288–290.

http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/hukum_ekonomi_syariah/article/view/22090

Syahrir, Danial, Ulinda, E., & Yusuf, M. (2020). Aplikasi Metode SEM-PLS. In *PT. IPB Press*.

Tri Rachmadi, S. K. (2020). *The Power Of Digital Marketing*. Tiga Publisher.

[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=RCzyDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=digital+marketing+adalah&ots=RpIC66uLSN&sig=KnoYZP6X16-Hs0_QNklsSv_fSIE&redir_esc=y#v=onepage&q=digital marketing adalah&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=RCzyDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=digital+marketing+adalah&ots=RpIC66uLSN&sig=KnoYZP6X16-Hs0_QNklsSv_fSIE&redir_esc=y#v=onepage&q=digital%20marketing%20adalah&f=false)

Tumengkol, R. M. (n.d.). The Influence of Financial Literacy to Consumer Purchase Intention of Traditional Life Insurance Product. *2023*, 1555–1568.

Umi Kholilah, Rizqi Salamah, Cintia Salsabila, Riski Nilam Sari, Ria Anisatus Solihah, & Muhammad Taufiq Abadi. (2024). Perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student*, 2(1), 37–46. <https://doi.org/10.59024/jis.v2i1.564>