

# ***Factors Influencing Interest in Using Sharia Insurance Among the People of Jabodetabek***

**By Afifah Aleyda Zahra**

## ***ABSTRACT***

*Sharia insurance is a popular option for Muslims because its principles align with Islamic teachings, providing a way to manage future risks effectively. However, the industry faces significant challenges in promoting its products within the world's largest Muslim market. Among these obstacles are low levels of financial literacy in the community, limited public trust and adoption of sharia insurance products, and the preference of many individuals for conventional insurance or BPJS over sharia-based alternatives. The purpose of this research is to ascertain the impact of company image, word-of-mouth, and sharia financial literacy. Using a purposive sampling technique, a sample of 120 respondents was selected for this quantitative study. The SmartPLS 4.0 application is used in the data analysis method. The study's findings indicate that the Jabodetabek community's interest in utilizing sharia insurance is significantly impacted by the variables of sharia financial literacy, word-of-mouth, and firm image. By outlining the connections between the factors of sharia financial literacy, word-of-mouth, and corporate image in the sharia insurance industry, this study is anticipated to provide a valuable contribution to the growth of the sharia insurance market.*

***Keywords:*** *corporate image, interest, sharia financial literacy, sharia insurance, word of mouth*

# **Faktor – Faktor yang Memengaruhi Minat Menggunakan Asuransi Syariah pada Masyarakat Jabodetabek**

**Oleh Afifah Aleyda Zahra**

## **ABSTRAK**

Asuransi syariah sering kali menjadi pilihan yang lebih disukai oleh umat Muslim karena prinsip-prinsipnya yang sejalan dengan ajaran Islam dan juga bisa menjadi salah satu bentuk yang efektif untuk memitigasi risiko di masa depan. Namun, hal ini juga menghadirkan tantangan bagi industri asuransi syariah dalam mempromosikan produknya di pasar Muslim terbesar. Terdapat beberapa faktor yang menghambat perkembangan asuransi syariah, yakni minimnya literasi keuangan masyarakat, minimnya penggunaan dan kepercayaan publik kepada produk asuransi syariah serta lebih banyak masyarakat yang memilih menggunakan asuransi konvensional dan juga mempunyai BPJS dibandingkan menggunakan asuransi syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, *word of mouth*, dan citra perusahaan. Metode kuantitatif dengan pengambilan sampel sejumlah 120 responden dengan teknik *purposive sampling* diterapkan pada penelitian ini. Teknik analisis data menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel literasi keuangan syariah, *word of mouth*, dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan asuransi syariah pada masyarakat Jabodetabek. Penelitian ini diharapkan dapat mempersembahkan kontribusi dengan menggambarkan hubungan antara variabel literasi keuangan syariah, *word of mouth* serta citra perusahaan dalam industri asuransi syariah untuk mengembangkan pasar asuransi syariah.

**Kata Kunci:** asuransi syariah, citra perusahaan, literasi keuangan syariah, minat, *word of mouth*