

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di saat ini dunia asuransi Indonesia semakin dihadapkan oleh tantangan yang cukup besar dengan banyaknya serbuan asuransi asing sebagai dampak langsung globalisasi. Dan di era globalisasi ini perusahaan-perusahaan asuransi dan reasuransi Indonesia akan menghadapi serbuan dari perusahaan-perusahaan asuransi atau reasuransi asing yang memiliki permodalan yang kuat serta teknologi dan *Sumber* daya manusia yang handal, disamping itu juga akan berpeluang untuk beroperasi mengembangkan bisnis asuransi atau reasuransi di negara-negara lain selain Indonesia. Dalam menghadapi serbuan arus globalisasi tersebut, adalah positif yang bisa kita kaji yaitu adanya persaingan sehat yang lambat laun akan menjadikan perkembangan peransuransian syariah secara global juga mulai meningkat. Semakin banyak bank-bank Islam yang menerapkan prinsip syariah, yaitu sistem perbankan yang tidak meminjamkan atau memungut pinjaman dengan bunga pinjaman (*riba*) dan memiliki larangan untuk berinvestasi pada usaha yang berkategori haram menurut ajaran Islam. Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah mencatat per data April 2017 yang menyebutkan bahwa *market share* atau pangsa pasar asuransi syariah di Indonesia masih sangat rendah yakni 3,45% dari total seluruh asuransi wajib dan asuransi sosial. Jumlah aset asuransi syariah secara nasional mencapai Rp 34,3 triliun. Sedangkan untuk aset asuransi konvensional tercatat Rp 958,06 triliun. Kemudian untuk total aset gabungan mencapai Rp 992,34 triliun. Dari data OJK sebelumnya penulis melihat adanya ketidak stabilan dari pangsa pasar asuransi syariah di Indonesia dimana terjadi penurunan pertumbuhan jika dibandingkan total aset pada tahun 2014 yaitu sebesar 4,5% dan di tahun 2015 sebesar 5,2%.

Jika ditinjau dari faktor demografi kependudukan Indonesia seperti faktor agama, pendidikan dan budaya penulis sangat yakin bahwa pangsa pasar asuransi syariah di Indonesia ini masih mempunyai peluang yang sangat besar dan merupakan pasar yang sangat potensial dimana Islam adalah agama mayoritas di Indonesia. Hal lain yang menarik adalah pertumbuhan perusahaan asuransi tahun

2015 menurut OJK menunjukkan adanya kenaikan namun kenaikan tersebut masih belum cukup signifikan atau seperti jalan ditempat. Hal tersebut bisa dilihat dari laporan dari OJK yang dipaparkan pada Tabel 1.1

**Tabel 1.1 Pertumbuhan Perusahaan Asuransi dan Reasuransi dengan Prinsip Syariah 2011 – 2015**

<b>Keterangan / Description</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Perusahaan Asuransi Jiwa dengan Prinsip Syariah</b>	3	3	3	3	5
<b>Perusahaan Asuransi Kerugian dengan Prinsip Syariah</b>	2	2	2	2	3
<b>Perusahaan Asuransi Jiwa yang memiliki Unit Syariah</b>	17	17	17	18	19
<b>Perusahaan Asuransi Kerugian yang memiliki Unit Syariah</b>	18	20	24	23	25
<b>Perusahaan Reasuransi yang memiliki Unit Syariah</b>	3	3	3	3	3
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>	<b>45</b>	<b>49</b>	<b>49</b>	<b>55</b>

Sumber: Data Perasuransian Indonesia OJK (2015), diolah kembali (2018).

Berdasarkan data BPS dalam hal sensus penduduk tahun 2010 prosentasi populasi Islam di Indonesia adalah sebanyak 87,18% atau 207 juta jiwa. Sedangkan menurut situs *microdata worldbank* 2018 yang berjudul *Global Muslim Population: a report on the size and distribution of the world's Muslim population 2015*, Indonesia adalah negara peringkat pertama yang mempunyai populasi muslim terbesar di dunia seperti yang di paparkan dalam table 1.2 berikut:

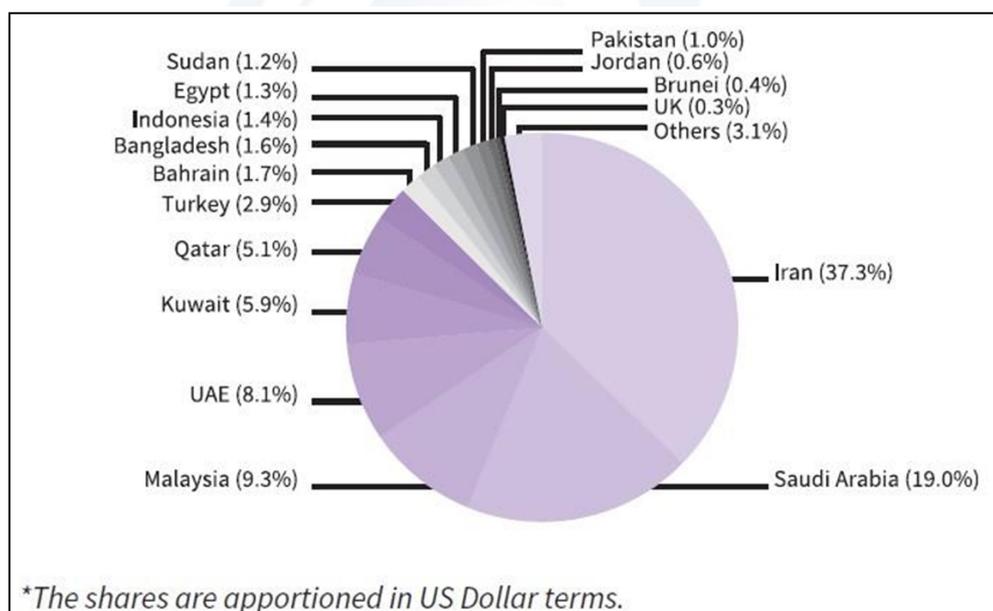
Tabel 1.2 10 Negara Dengan Populasi Muslim Terbesar di dunia

Negara	Populasi Muslim	Prosetase Populasi Muslim
<b>Indonesia</b>	209.120.000	13,1%
<b>India</b>	176.200.000	11,0%
<b>Pakistan</b>	167.410.000	10,5%
<b>Bangladesh</b>	134.430.000	8,4%
<b>Nigeria</b>	77.300.000	4,8%
<b>Egypt</b>	76.990.000	4,8%
<b>Iran</b>	73.570.000	4,6%
<b>Turkey</b>	71.330.000	4,5%
<b>Algeria</b>	34.730.000	2,2%
<b>Morocco</b>	31.930.000	2,0%
<b>Subtotal</b>	1.053.010.000	65,8%
<b>Subtotal dari sisa total seluruh dunia</b>	546.700.000	34,2%
<b>Total seluruh dunia</b>	1.559.700.000	100%

Sumber: Microdata worldbank yang sudah diolah kembali (2018)

Menurut data dari *World Bank Global Islamic Finance Development Center* tahun 2016 yang ada Pada grafik 1.1 menunjukkan bahwa Indonesia berada pada posisi ke-10 dengan total aset sebesar 1,6%, sedangkan posisi pertama, kedua dan ketiga adalah Iran 37,3%, Saudi Arabia 19%, dan Malaysia 9,3%. Dari keterangan dari Tabel 1.1, Tabel 1.2, dan Grafik 1.1 diatas bisa dilihat adanya gap antara populasi penduduk muslim di Indonesia dan peringkat total aset perekonomian syariahnya dimana Indonesia dengan total populasi muslim terbesar di dunia namun total aset hanya menduduki peringkat 10 sedangkan Iran dengan total populasi muslim sebanyak sepertiga dari Indonesia telah menjadi peringkat pertama dunia untuk total aset syariahnya.

Berdasarkan hasil survei Nasional tentang *Financial Literacy* dari OJK periode 2013 perihal *Indonesia National Strategy for Financial Literacy* dimana *Indeks Insurance Literacy* menunjukkan bahwa orang Indonesia yang terpelajar dengan baik hanya menyumbang 17,84% populasi di industri asuransi. Artinya untuk setiap 100 orang, hanya 18 orang yang mengerti asuransi. Tingkat literasi asuransi yang rendah berkontribusi terhadap produk asuransi dan layanan asuransi rendah, yaitu hanya 11,81%. Ini berarti bahwa untuk setiap 100 orang hanya 12 orang yang memanfaatkan produk dan layanan asuransi. Dengan adanya kondisi tingkat literasi asuransi yang rendah tersebut telah menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku bisnis keuangan dan perbankan dalam mengatur strategi pemasaran mereka.



Sumber: Financial Stability Report 2016, IFSB yang diolah kembali (2018)

### Gambar 1.1 Global Islamic Asset Dunia

Berdasarkan penelitian dari Newaz, Fam, dan Sharma (2016) yang berjudul *Muslim religiosity and purchase intention of different categories of Islamic financial products* telah menemukan bahwa *religiosity* secara positif mempengaruhi sikap membeli dan niat membeli pada *Islamic financial products*. Dalam hal kategori produk, *religiosity* memiliki pengaruh positif dan signifikan

terhadap niat membeli produk deposito, kredit dan dan pasar modal syariah. Sebaliknya *religiosity* tidak ada pengaruh signifikan terhadap niat pembelian asuransi syariah. Penelitian dari Howlett, Kees dan Kemp (2008) telah meneliti tentang peran *self regulation*, *future orientation* dan *financial knowledge* terhadap keputusan keuangan jangka panjang. Keputusan keuangan jangka panjang disini berhubungan dengan keputusan investasi produk-produk *financial* dengan membandingkan antara investasi reksadana dengan resiko tinggi dan dana pensiun yang di Indonesia dikenal dengan nama dana Tunjangan Hari Tua, sedangkan di *Amerika* disebut investasi pensiun *K401*. Temuan dari penelitian mereka secara general adalah bahwa *self regulation*, *future orientation* dan *financial knowledge* secara signifikan telah mendukung hipotesa mereka, dan temuan mereka terbukti bahwa *self regulation* rendah akan menurunkan niat dalam berkontribusi dana pensiun namun justru berbanding terbalik dengan hasil temuan pada reksadana dimana *self regulation* rendah semakin meningkatkan niat membeli reksadana.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Dari paparan penulis diatas dimana ada dua latar belakang yang mendasari penelitian ini yaitu yang pertama adalah, latar belakang demografi adanya gap antara populasi muslim di Indonesia yang tidak sejalan dengan pertumbuhan asuransi syariah, dan berdasarkan survey OJK tentang tingkat literacy keuangan yang dirasa masih belum secara optimal sejalan dengan perkembangan asuransi syariah. Fenomena yang kedua adalah berdasarkan gab dari dari dua jurnal terdahulu yaitu dimana tingkat *religiosity* tidak mendukung niat membeli asuransi syariah dan peran *self regulation* rendah telah mendukung keputusan berinvestasi jangka panjang reksadana. Dari dua pokok fenomena yang dipaparkan diatas penulis berkeinginan untuk meneliti adanya pengaruh variabel *religiosity* yang dimoderasi oleh variabel *self regulation*, *future orientation* terhadap variabel intensi membeli dengan judul Pengaruh *Religiosity*, *Self Regulation*, *Future Orientation*, *Financial Knowledge* Terhadap Intensi Membeli *Long-Term Investment* Asuransi Syariah.

### 1.3 Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian yang telah dilakukan terlebih dahulu yang referensi dalam melakukan penelitian ini sehingga penelitian dapat dijadikan pembandingan dari hasil yang didapatkan dan melihat faktor apa saja yang terdapat di dalam penelitian-penelitian tersebut. Penelitian yang pertama adalah dari Newas, Fam dan Sharma (2016) yang bertujuan untuk menguji hubungan antara *Religiosity*, sikap membeli konsumen dan niat beli terhadap berbagai kategori dari *Islamic Financial Products* atau IFPs. Variabel bebas menggunakan *Moslem Religiosity* yang di moderasi dengan menggunakan variabel *Buying Attitude*. Dan untuk variabel terikat adalah *Purchase Intention of Different Categories of IFPs*. Sample menggunakan distribusi kuesioner sebanyak 1292 dan survey dari 5 universitas negeri, 20 organisasi bisnis dan 5 asosiasi karyawan pensiunan di Bangladesh. Teknik penelitian menggunakan SEM dari Mahorta. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa sikap beli memiliki mediasi penuh untuk produk deposito, kredit dan pasar modal dan produk asuransi terkait hubungan antara religiusitas muslim dan niat pembelian mereka.

Temuan mereka bahwa secara *general* religiusitas secara positif terhadap *Islamic financial products*. Namun temuan yang lain bahwa hipotesis mereka tidak mendukung pasar modal dan asuransi syariah. Pada penelitian Hess (2012) adalah untuk mengeksplorasi apakah *Religiosity* merupakan faktor yang terkait dengan perilaku keuangan pribadi. Secara khusus, Hess menganalisa apakah norma sosial keagamaan terkait dengan tingkat hutang kartu kredit, nilai kredit, penyitaan, dan kebangkrutan untuk perorangan. Hess menggunakan variabel bebas yaitu *Religiosity* dan variabel terikat yaitu *Personal Financial Decision*. Selanjutnya adalah penelitian dari Siala (2012) yang bertujuan untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan oleh faktor agama terhadap persepsi konsumen terhadap loyalitas merek dalam konteks industri jasa. Secara khusus, penelitian ini berfokus pada bentuk sikap loyalitas merek. Investigasi empiris dilakukan untuk menguji apakah *Religiosity* dan *Religious Centrism* konsumen muslim yang dapat menanamkan loyalitas merek terhadap perusahaan asuransi yang menjual informasi religius dalam layanan ganti rugi. Siala menggunakan empat variabel bebas yaitu

*Religiosity, Religious Centrism, Price Tolerance* dan *Words of Mouth* atau *WOM*, Dan untuk variable terikat adalah *Purchasing Decision*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara *religiosity* eksogen, *religious centrism*, dan loyalitas merek. Toleransi harga dan *WOM*. juga menunjukkan adanya loyalitas yang tinggi terhadap asuransi ganti rugi. Selanjutnya adalah penelitian dari Singhapakdi, Vitell, Lee, Nisius dan Yu (2012) yang bertujuan untuk meneliti pengaruh *Love of Money* pada etika manajer dalam pengambilan keputusan pada pemasaran. Tujuan lain dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui potensi dampak *Religiosity* pada *Ethical Decision-Making* atau pengambilan keputusan pemasaran secara etis. Penelitian ini menggunakan variable bebas yaitu *Love of Money* dan *Religiosity* dan variable terikat yaitu *Ethical Decision-Making*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Love of Money* dan *Religiosity* berpengaruh sangat signifikan dan dalam pengambilan keputusan dari manager marketing.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian dari Kanagaretan, Lobo dan Wang (2015) yang tujuan dari penelitiannya adalah meneliti apakah dan bagaimana agama, yang merupakan *Sumber* utama moralitas dan perilaku etis mempengaruhi manajemen bank non-akrual dan manajemen laba berbasis akrual. Penelitian ini menggunakan variable bebas yaitu *Attitude, Consumer Information, Consumer Religiosity* variable terikat menggunakan *Earnings Management*. Hasil dari penelitian adalah bahwa *Religiosity* seperti agama merupakan *Sumber* utama moralitas dan perilaku etis dalam membuat materi pelaporan keuangan dan keputusan *financial*, bahkan saat keputusan dibuat secara cangguh oleh manajer profesional.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian dari Amin (2016) yang tujuannya adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investor pria muslim untuk membuka rekening investasi emas Islam. Amin menggunakan empat variable bebas yaitu *Attitude, Consumer Information, Consumer religiosity*, dan *Perceived Financial Benefit*. Variable terikat adalah *Willingnes to open Islamic Gold Investment Account*. Quesioner menggunakan *Theory of Reasoned Action* atau TRA Kuesioner dan diukur dengan skala Likert. Hasil Penelitian

adalah *Attitude* dan *Subjectives Norm* menunjukkan efek yang signifikan dalam pengambilan keputusan investasi emas, ada hubungan yang signifikan dalam melihat keuntungan financial dan keinginan dalam membuka rekening tabungan emas, hubungan yang positif antara religiosity dan keinginan menabung, adanya efek yang signifikan antara consumer information dan keinginan dalam membuka rekening tabungan emas.

Selanjutnya adalah penelitian oleh Goel dan Srivastava (2016) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh agama dan faktor demografi lainnya terhadap perilaku investasi individu sehingga dapat merancang produk sesuai kebutuhan investor dengan afiliasi keagamaan yang berbeda. Dalam penelitian ini variable bebas yang digunakan adalah *Religious Affiliations* dan variable terikat adalah *Investment Behaviour*. Temuan dari penelitiannya adalah ada hubungan yang kuat antara tujuan investasi dan afiliasi keagamaan individu. Ada hubungan yang kuat antara kewajiban keuangan dan afiliasi keagamaan individu. Ada hubungan yang kuat antara sarana pemenuhan kewajiban keuangan oleh individu dan afiliasi keagamaan mereka. Ada hubungan yang kuat antara pilihan instrumen keuangan untuk investasi dan afiliasi keagamaan individu. Ada hubungan yang kuat antara *Sumber* informasi yang digunakan oleh individu dan afiliasi keagamaan mereka. Dan yang terakhir ada hubungan yang kuat antara tingkat toleransi risiko individu dan afiliasi keagamaan mereka. Penelitian selanjutnya dari Jacobs-Lawson dan Hershey (2005) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Future Time Perspective*, *Financial Knowledge*, dan *Financial Risk Toleran* terhadap tabungan pensiun. Hasil dari penelitian menunjukkan *Future Time Perspectives* menunjukkan hasil yang tinggi dalam *Financial Planning*. Ditemukan juga bahwa *financial knowledge* menunjukkan hasil yang tinggi dalam *Financial Planning* dan *Financial Risk Tolerance* menunjukkan hasil significant apabila terkait dengan profil tabungan yang lebih agresif.

Pada penelitian Howlett, Kees dan Kemp (2008) bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Self Regulation*, *Future Orientation* dan *Financial Knowledge* Terhadap *Long-Term Financial Decision*. Variabel bebas terdiri dari *Self Regulation*, *Future Orientation* dan *Financial Knowledge* dan variable terikat

adalah Long Term Financial Decisions. Data diambil dari diskusi para pensiunan karyawan dari Universitas South Central of Amerika dengan menggunakan data sekunder dan data primer dari diskusi dengan menggunakan instrumen CFC (*Consideration of Future Consequences*) dan Likert. Periode penelitian pada tahun 2008 dengan menggunakan teknik *Multivariate* dan *Univariate*. Hasil dari penelitian menunjukkan *Self Regulatory-State* rendah mempunyai pengaruh signifikan terhadap kemungkinan tidak berkontribusi terhadap dana pensiun namun hipotesa ini tidak mendukung reksadana resiko tinggi, *Future Orientation* tinggi berpengaruh terhadap tujuan jangka panjang dan *Financial Knowledge* tinggi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan terhadap tujuan jangka panjang.

Selanjutnya adalah penelitian dari Husin dan Rahman (2015) yang bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi niat individu untuk berpartisipasi dalam skema Takaful kelaurga dengan menggunakan teori DTPB (*Theory of Planned Behaviour*). Variabel bebas menggunakan empat variabel bebas yaitu *Self Awareness*, *Knowledge*, *Exposure*, dan *Religiosity* sedangkan untuk variabel terikatnya adalah *Behaviour Intention*. Hasil penelitian ini juga ditemukan positif hubungan antara PBC (*Perceived Behavioral control*) dan niat. Karena kondisi fasilitasi *Sumber daya* dan *self-efficacy* ditemukan sebagai faktor penting bagi PBC, para praktisi juga mungkin melibatkan agen takaful sebagai panduan untuk berpartisipasi dalam takaful keluarga.

Penelitian selanjutnya dari Henager dan Cude (2016), Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara Finansial Literacy dan Perilaku keuangan dalam pengambilan keputusan investasi jangka pendek dan jangka panjang di dalam setiap kelompok umur. Penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu *Financial Literacy* dan *Long and Short Term Financial Behaviour* sedangkan variabel terikat menggunakan *Different Age Group*. Hasil dari penelitian ini adalah *Finansial Literature* yang besar secara positif berpengaruh terhadap perencanaan keuangan jangka panjang dan jangka pendek, juga dapat mengatur Perilaku Finansial, pertama saat memeriksa efek dari kelompok umur dan selanjutnya untuk masing masing dari enam kelompok umur.

Selanjutnya adalah penelitian dari Ozdes, Hughes, Bluck dan Ebner (2016) Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh *Future Orientation* dan *Healthy Lifestyle Choice* di masa dewasa. Metode penelitian adalah data primer yaitu questioner dengan menggunakan *Instrumen Future Time Perspective* (FTP). Hasil dari penelitian adalah menunjukkan bahwa, apapun masa depan terlepas dari usia kita, *Future Perspective* bisa memotivasi untuk hidup dengan baik di masa sekarang. Selanjutnya adalah penelitian dari Gavurora, Huculova, Kubak dan Cepel (2017) yang Tujuan utama penelitian ini adalah untuk membandingkan tingkat pengetahuan finansial para mahasiswa di beberapa fakultas dan Universitas di Slovakia dalam hubungannya dalam perencanaan dana pensiun. *Financial Literacy* digunakan sebagai variable bebas dan variable terikatnya adalah *Active Pansion Saving*. Hasil dari penelitian ini adalah *Financial Literacy* terbukti mempunyai pengaruh yang penting bagi kaum muda dalam keputusan mengambil tabungan pensiun, semakin tinggi input dan output (fokus terhadap tingkatan *Financial Literature*) akan semakin tinggi kecenderungan dalam pengambilan keputusan mengambil dana pensiun. Analisis ini mengkonfirmasi adanya perbedaan gender yang substansial dalam poin skor FL, di mana lebih sedikit pria dapat memahami keuangan dibandingkan dengan wanita. Ada juga ketergantungan FL yang rendah dengan pengalaman yang berkembang dengan produk kredit. Dibawah ini adalah tabel Tabel 1.3 ringkasan penelitian terdahulu.

**Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu**

NO	Nama Peneliti	Judul	Variabel Bebas				Variabel Terikat	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
			X1	X2	X3	X4	Y		
1	Howlett, Kees dan Kemp (2008)	The Role of Self-Regulation, Future Orientation, and Financial Knowledge in Long-Term Financial Decision	Self Regulation (+)	Future Orientation (+)	Financial Literacy (+)	N/A	Long Term Financial Decisions	Multivariate dan Univariate	Self Regulation berpengaruh (+) terhadap Retirement plan (+), Self Regulation tidak berpengaruh (-) terhadap Risk Mutual Investment. Future Orientation berpengaruh (+) terhadap Retirement Plan dan High risk Investment. Self Regulation dan CFC berpengaruh (+) terhadap Retirement Plan. Financial Knowledge dan CFC berpengaruh (+) terhadap Retirement Plan
2	Jacobs-Lawson dan Hershey (2005)	Influence of future time perspective, financial knowledge, and financial risk tolerance on retirement saving behaviors	Future Time Perspective (+)	Financial Knowledge (+)	Financial Risk Tolerance (+)		Retirement saving behaviour	Hierarchical Regression	Future Time Persepective (+), Financial Knowledge (+), Financial Risk Tolerance (+)
3	Gavurora, Huculova, Kubak dan Cepel (2017)	The state of student's financial literacy in selected Slovak Universities and its relationship with active pension savings	Financial Literacy (+)				Active Pension Saving	Binary logistic regression	Financial Literacy berpengaruh (+) terhadap Fiancial Decision

**Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu (sambungan)**

4	Henager dan Cude (2016)	Financial Literacy and Long- and Short-Term Financial Behavior in Different Age Groups	Financial Literacy (+)	Long and Short Term Financial Behaviour (+)			Different Age Groups	Variance Inflation Factor (VIF)	Literasi keuangan diukur dalam tiga cara: pengetahuan keuangan obyektif, pengetahuan keuangan subjektif atau kepercayaan diri, dan kemampuan manajemen keuangan subjektif. Variabel Financial Literature obyektif dan subyektif berpengaruh (+) terhadap perilaku keuangan jangka panjang dan pendek. Di subsistem usia, pengetahuan keuangan subjektif atau kepercayaan diri lebih kuat terkait dengan perilaku keuangan jangka panjang dan jangka pendek daripada pengetahuan finansial obyektif atau kemampuan manajemen keuangan subjektif dalam kelompok usia muda. Pada kelompok usia yang lebih tua, Financial Literature obyektif berpengaruh kuat terhadap perilaku keuangan jangka panjang daripada dua ukuran melek finansial lainnya.
5	Husin dan Rahman (2015)	Predicting intention to participate in family takaful scheme using decomposed theory of planned behaviour	Self Awareness (+)	Knowledge (+)	Exposure	Religiosity	Behavioral Intention	SmartPLS.	DTPB bisa menjadi tools berharga untuk menganalisa partisipasi dalam skema keluarga takaful. Hasil penelitian ini juga ditemukan adanya hubungan (+) PBC (Perceived Behavioral control) dan niat.

**Tabel 1.5 Penelitian Terdahulu (sambungan)**

6	Ozdes, Hughes, Bluck dan Ebner (2016)	Future Perspective and Healthy Lifestyle Choices in Adulthood	Future Perspective	Age Group (Moderasi)			Healthy Lifestyle choice	Anova	Hasil peneliatan menunjukkan variabel Future Perspective berpengaruh (+) terhadap pilihan hidup sehat dan tak satu pun dari hubungan ini dimoderasi berdasarkan usia. Terlepas dari usia kita, Future Peerspective bisa memotivasi untuk memilih hidup sehat.
7	Hess (2012)	The Impact of Religiosity on Personal Financial Decisions	Religiosity				Personal Finacial Decision	Univariate	Hasil penelitian Religiosity berpengaruh (+) terhadap personal financial behaviour. Dimana semakin religious seseorang akan semakin tinggi kredit skor atau semakin berkurang hutang piutanya dibanding seseorang yang berada di daerah yang kurang religius
8	Singhapakdi, Vitell, Lee, Nisius dan Yu (2012)	The Influence of Love of Money and Religiosity on Ethical Decision-Making in Marketing	Love Of Money	Religiosity			Ethical Decision-Making	Regression Analysis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Love of Money dan Religiosity berpengaruh sangat signifikan dan pengambilan keputusan diambil secara etik oleh manager marketing.

**Tabel 1.6 Penelitian Terdahulu (sambungan)**

9	Kanagaretan, Lobo dan Wang (2015)	Religiosity and Earnings Management: International Evidence from the Banking Industry	Religiosity (+)				Earnings Management	Regression Analysis	Religiosity seperti agama berpengaruh (+) terhadap moralitas dan perilaku etis dalam membuat materi pelaporan keuangan dan keputusan financial bahkan saat keputusan dibuat secara canggih oleh manajer profesional.
10	Amin (2016)	Willingness to Open Islamic Gold Investment Accounts	Attitude	Consumer Information	Consumer Religiosity	Perceived Financial Benefit	Willingness to open Islamic Gold Investment Account	PLS (Partial Least Squares)	Variabel Attitude dan Subjectives Norm menunjukkan hubungan signifikan dalam pengambilan keputusan investasi emas, ada hubungan yang signifikan dalam melihat keuntungan financial dan keinginan dalam membuka rekening tabungan emas, hubungan (+) antara Religiosity dan keinginan menabung, adanya efek yang signifikan antara consumer information dan keinginan dalam membuka rekening tabungan emas
11	Siala (2012)	Religious influences on consumers' high-involvement purchasing decisions	Religiosity	Religious Centrism	Price Tolerance	WOM	Purchasing Decision	SEM (Structural Equation Modeling), AMOS 12	Adanya hubungan (+) antara religiusitas eksogen dan konstruksi sentisme keagamaan, dan loyalitas merek sikap endogen, toleransi harga dan konstruksi kata dari mulut ke mulut.

**Tabel 1.7 Penelitian Terdahulu (sambungan)**

12	Goel dan Srivastava (2016)	Religious Grouping as Predictor of Individual Investment Behaviour	Religious Affiliations				Investment Behaviour	Shapiro-Wilk dan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji Variabel dengan chi square test dan crosstabs.	
13	Newas, Fam dan Sharma (2016)	Muslim religiosity and purchase intention of different categories of Islamic financial products	Muslim Religiosity				Purchase Intention of different categories of IFPs	SEM (Structural Equation Modeling)	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa sikap beli memiliki mediasi penuh untuk produk deposito, kredit dan pasar modal dan mediasi parsial untuk produk asuransi terkait hubungan antara religiositas Muslim dan niat pembelian mereka. Menariknya, religiusitas dipengaruhi secara positif bahkan untuk produk asuransi dan pasar barang modal. Hal ini berbeda dengan hubungan hipotesis kami untuk produk modal dan asuransi.

**Tabel 1.8 Penelitian Terdahulu (sambungan)**

14	Kusumajati (2017)	Pengaruh Religiosity, self Regulation, Future orientation dan financial Knowledge terhadap Intensi Membeli Long Term Investment Asuransi Syariah	Religiosity	Self Regulation (Moderasi)	Future Orientation (Moderasi)	Financial Knowledge (Moderasi)	Intensi untuk membeli Asuransi Syariah	RERATA SEL	?
----	-------------------	--	-------------	----------------------------	-------------------------------	--------------------------------	--	------------	---

#### **1.4 Kesenjangan Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis mengambil kesenjangan dari dua jurnal pokok yang digunakan penulis sebagai dasar untuk meneliti tesis ini. Kesenjangan dari jurnal yang pertama yang ditulis oleh Newas, Fam dan Sharma (2016) yaitu adanya hubungan *Religiosity* yang di moderasi oleh *Buying Attitude* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention of Different Categories of IFPs atau Islamic Financial Products*. Dan dalam gap penelitian mereka bahwa *religiosity* telah tidak mendukung pengambilan keputusan asuransi syariah. Kesenjangan yang kedua berdasarkan jurnal dari Howlett, Kees dan Kemp (2008) yang menemukan *self regulation* rendah telah terbukti mempengaruhi konsumen dalam mendukung dana pensiun namun *self regulation* rendah tidak mempengaruhi meningkatkan investasi reksadana. Temuan mereka justru bertolak belakang dengan hipotesanya bahwa *self regulation* rendah akan meningkatkan individu dalam berinvestasi reksadana telah tidak terbukti. Dari dua gap dari jurnal dan maka penulis ingin meneliti pengaruh *religiosity* terhadap intensi membeli khususnya asuransi syariah dan sekaligus dengan menggunakan variabel *self regulation, future orientation* dan *financial knowledge* sebagai moderasi dari variabel *religiosity*.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian pada latar belakang, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemaparan yang dapat menjawab hal-hal berikut: Pertama, Pengaruh *Religiosity* terhadap Intensi Membeli *Long Term Investment* asuransi Syariah. Kedua, *Religiosity* yang dimoderasi variable *Self Regulation Prefention Focus, Future Orientation, Financial Knowledge* akan meningkatkan dan Intensi Membeli *Long Term Investment* asuransi syariah.

#### **1.6 Batasan penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menyadari adanya keterbatasan waktu dan kurangnya penguasaan terhadap ilmu psikologi yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam hal intensi membeli *long term investment* asuransi syariah, oleh karena itu penulis hanya membatasi tiga variable bebas yaitu *Religiosity, Self Regulation, Finacial Knowledge, Future Orientation*

dan variable terikat yaitu *Intensi Membeli Long term Investment* asuransi syariah sehingga penelitian ini bisa lebih fokus dan dapat dianalisa secara tajam.

### **1.7 Kontribusi penelitian**

Kontribusi dari penelitian ini adalah bagi pihak pelaku bisnis asuransi syariah di Indonesia dimana hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi yang berguna dalam hal strategi pemasaran. Dan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan landasan teoritis bagi perkembangan ilmu perekonomian asuransi syariah. Penelitian ini juga dapat menambah literatur atau bahan-bahan informasi ilmiah yang dapat digunakan untuk melaksanakan kajian dan penelitian selanjutnya serta dapat memberikan saran, masukan, dan sumbangan pemikiran terhadap lembaga keuangan syariah dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas ekonomi Islam kedepannya. Dan hal yang cukup esensial bahwa penelitian ini sangat berguna bagi penulis karena akan menambah pengetahuan penulis tentang masalah yang terkait dengan asuransi syariah.

### **1.8 Sistematika Penulisan**

Untuk dapat memberikan gambaran secara garis besar mengenai penulisan ini, maka disusun sistematika pembahasan untuk memperjelas materi-materi yang akan dibahas yang dibagi dalam setiap bab. Adapun pembagiannya adalah sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, penelitian terdahulu, kesenjangan penelitian, tujuan penelitian, batasan penelitian, dan kontribusi penelitian serta sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bagian ini penjelasan seputar teori-teori yang berhubungan dengan topik penelitian yang dilakukan, dengan mengacu pada buku-buku dan *Sumber-Sumber* yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian. Dan rangkuman tinjauan pustaka atau kerangka teori yang disusun berdasarkan landasan teori di

tinjauan pustaka.

### **BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS**

Bab ini berisikan hipotesis yang menggambarkan tujuan serta logika terapan dari penelitian selanjutnya dikembangkan menjadi kerangka konsep atau kerangka pemikiran.

### **BAB IV METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini disusun untuk memberikan gambaran terhadap metode yang akan ditempuh oleh penulis untuk melakukan riset penelitiannya yang terdiri dari desain penelitian dan defenisi operasional setiap variabel.

### **BAB V ANALISIS DATA DAN PENGUJIAN HIPOTESIS**

Bab ini disusun untuk menunjukkan data hasil dari penelitian yang terdiri dari paparan tentang hasil uji kuesioner, gambaran objek penelitian, pengujian hipotesis, pembahasan hasil dan implikasi manajerial.

### **BAB VI IMPLIKASI MANAJERIAL**

Implikasi manajerial merupakan ide, atau masukan yang dapat disampaikan kepada manajemen ketika ditemukan kelemahan, kekurangan, dan masalah-masalah yang mungkin dapat menghambat tumbuh dan berkembangnya suatu perusahaan.

### **BAB VII**

Bab ini adalah terakhir dari penelitian yang mana harus mendeskripsikan kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan hasil penelitian dan kemudian ditutup dengan saran untuk penelitian selanjutnya.