

## DAFTAR PUSTAKA

- Akib, B., & Nur, A. (2023). Pengaruh *Islamic Branding* , Literasi Keuangan Syariah Dan Service Quality Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Gowa. *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 21–29.
- Alhempri, R. R., Dkk. 2024. Analisis Statistik Deskriptif Dengan Spss Dan Interpretasinya. Padang. Takaza Innovatix Labs.
- Alimin, F. (2024). *Pengaruh Islamic Branding Dan Lingkungan Sosial Melalui Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Alauddin Makassar)*. Uin Alauddin Makassar.
- Allianz Indonesia. (2024). *Global Insurance Report 2024: Industri Asuransi Di Tengah Tantangan Tahun-Tahun Transformatif*. Allianz. <https://www.allianz.co.id/tentang-kami/berita-perusahaan/rilis-media/2024/2024-juni/allianz-global-insurance-report-2024-industri-asuransi-di-tengah-tantangan-tahun-tahun-transformatif.html>. Diakses Pada Tanggal 21 Juni 2025
- Alserhan, B. A. (2010). On Islamic Branding : Brands As Good Deeds. *Journal Of Islamic Marketing*, 1(2), 101–106. <https://doi.org/10.1108/17590831011055842>
- Alwi, S. (2014). *Perkembangan Religiusitas Remaja*. Kaukaba Dipantara.
- Arifin, T. (2024). *Asuransi Syariah Di 2025: Inovasi, Kolaborasi, Dan Digitalisasi*. Liga Asuransi. <https://ligaasuransi.com/asuransi-syariah-di-2025-inovasi-kolaborasi-dan-digitalisasi/>. Diakses Pada Tanggal 25 Juni 2025
- Asmar, N. A. F. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding Dan Religiusitas Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang-Ciputat)*. Uin Syarif Hidayatullah.
- Astuti, A. M. 2016. *Statistika Penelitian*. Mataram. Insan Madani Publishing Mataram.

- Azizah, Y. A. (2023). *Pengaruh Literasi Asuransi, Pendapatan, Promosi Dan Religiusitas Terhadap Minat Menggunakan Asuransi Syariah*. Uin Walisongo Semarang
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design* (V. Knight (Ed.)). Sage.
- Darma, B. *Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R<sup>2</sup>)*. Jakarta, Guepedia.
- Fitri, A., Dkk. (2023). *Dasar-Dasar Statistika Untuk Penelitian*. Yayasan Kita Menulis.
- Gujarati, D., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics* (N. Fox (Ed.)). Douglas Reiner.
- Gunawan, A. (2022). *Monograf Pengukuran Literasi Keuangan Syariah Dan Literasi Keuangan*. Medan: Umsupress.
- Hinton, P. R., McMurray, I., & Brownlow, C. (2014). *Spss Explained* (2nd Ed.). Routledge.
- Ilham, M., & Firdaus. (2019). *Islamic Branding Dan Religiusitas Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Pada Swalayan Al-Baik Kota Tanjungpinang* (Saepuddin & D. Septian (Eds.)). Stain Sultan Abdurrahman Press.
- Indra, N. M. (2023). Perkembangan Peraturan Asuransi Di Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 10707–10718.
- 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>
- Jelita, N. S. (2020). *Pengaruh Religiusitas Dan Kesadarankonsumen Terhadap Niat Beli Dandampaknya Padakeputusanpembelian asuransisyariah Di Surabaya Dan Sidoarjo*.

- Kusuma, A., Hikmah, M., & Marom, A. (2020). Pengaruh Islamic Branding , Kualitas Produk , Dan Lifestyle Terhadap Minat Pembelian Produk Skincare Pada Generasi Millennial Di Kabupaten Kudus. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 289–302.
- Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah. (2020, February). Asuransi Syariah Capai Pertumbuhan Produktif 2020. *Kneks Insight*, 9. <https://knks.go.id/storage/upload/1582378854-knks-februari.pdf>
- Kotler, Philip & Keller, Kevin L. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas. Erlangga.
- Laily, A. N. (2024). *Pengaruh Literasi Asuransi Syariah, Persepsi Kepercayaan, Dan Kesadaran Terhadap Minat Membeli Produk Asuransi Syariah Di Kalangan Generasi Milenial Muslim Kota Yogyakarta*. Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Leliya, & Kurniasari, M. (2016). Minat Masyarakat Berasuransi Syariah Di Asuransi Prudential. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*.
- Lestiyanto, R. D., Syarif, R. D., Alifia, A. F., & Fikri, M. (2024). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Syariah Pada Mahasiswa Di Jabodetabek. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2, 347–352.
- Mahdzan, N. S., Margaret, S., & Victorian, P. (2013). The Determinants Of Life Insurance Demand : A Focus On Saving Motives And Financial Literacy. *Asian Social Science*, 9(5), 274–284. <https://doi.org/10.5539/ass.v9n5p274>
- Malik, A. (2018). *Pengantar Statistika Pendidikan* (1st Ed.). Deepublish.
- Nalim, Y., & Turmudi, S. 2022. *Statistika Deskriptif*. Pekalongan. Stain Pekalongan Press.
- Nasrullah, M. (2015). Islamic Branding, Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam*, 13(79), 79–87. <https://doi.org/10.28918/jhi.v13i2.487>
- Ogilvy Noor (2010). Brands And Muslim Consumers. Keynotes address by Miles Young, CEO Ogilvy & Mather Worldwide, Oxford Global Islamic Branding and Marketing Forum, 26-27 July, Said Business School, University of Oxford.

- Pratiwi, A., & Amri, U. (2024). Journal Of Economics And Development ( Jend ). *Journal Of Economics And Development*, 1(1), 1–9.
- Prihatni, R., Dkk. 2024. Analisis Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Di Indonesia: Strategi Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Finansial Masyarakat. Bandung. Widina Media Utama.
- Purwaningsih, N., & Catur, R. (2023). Risiko Hukum Perusahaan Mengabaikan Legalitas Asuransi Dalam Kegiatan Bisnis. *Unes Law Review*, 5(4), 2763–2774.
- 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>
- Ramadhani, R., & Bina, N. S. 2021. Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis Dan Aplikasi Spss. Jakarta. Kencana.
- Rambe, I. (2022). *Literasi Keuangan, Islamic Branding Dan Religiusitas Melalui Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus : Kota Medan)*. Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Remund, D. L. (2010). Financial Literacy Explicated : The Case For A Clearer Definition In An Increasingly Complex Economy Financial Literacy Explicated: The Case For A Clearer Definition In An Increasingly Complex Economy. *Journal Of Consumer Affairs*, 276–295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606>
- Rizqi, M. H., & Maesarach, R. M. (2025). The Effect Of Product Quality, Suitability, Promotion, And Religiosity As Moderating Variables On Public Interest In Using Sharia Life Insurance In South Jakarta. *Indonesian Interdisciplinary Journal Of Sharia Economics*, 8(2), 6381–6396.
- Sadewo, N. T. (2018). *Pengaruh Literasi Asuransi Syariah Terhadap Minat Nasabah* (Vol. 3, Issue 2). Uin Raden Intan Lampung.
- Sagala, P. W., & Daulay, A. N. (2024). Literasi Produk Asuransi Kecelakaan Diri Di Pt . Askrimdo Pada Pegawai Biro Perekonomian Sekretariat Daerah Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2), 1590–1596.

- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah , Islamic Branding , Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah : Studi Pada Mahasiswa Fai Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan 2017-2018. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2), 226–244.
- Sari, Titis Nistia, S.St., M., Rasmiaty, Mia, S.H., Sp.1., M. ., & Anggraini, Dyah Prita, S.Si., M. S. (2023). Asuransi Dan Literasi Keuangan. In T. Media (Ed.), *Tahta Media Group*. Tahta Media Group. [Http://Www.Nber.Org/Papers/W16019](http://www.nber.org/papers/W16019)
- Sindunata, A. (2019). Pengaruh Literasi Asuransi, Motivasi, Sikapa Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Beli Produk Asuransi Jiwa Dan Kesehatan. In *Perpustakaan Universitas Kristen Satya Wacana*. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Srisulistiwati, D. B., Dkk. 2024. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi (Emt) Kita*. 8(4). 1647-1655.
- Suryadi, B., & Hayat, B. (2021). *Religiusitas Konsep, Pengukuran, Dan Implementasi Di Indonesia* (L. M. Komarudin & M. Yusran (Eds.)). Bibliosmia Karya Indonesia.
- Suryanto. (2017). Ketidakpastian Dan Risiko. In A. Canty & A. Juliana (Eds.), *Manajemen Risiko Dan Asuransi* (2nd Ed., P. 98). Universitas Terbuka.
- Tamba, A. A., Arafli, M. Z., Alvian, D., & Setiawan, A. (2024). Analisis Peningkatan Minat Terhadap Produk Asuransi Syariah. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (Jekombis)*, 3(3).
- Trixie, A. S. (2016). Seberapa Jauhkah Peran Demografi Terhadap Literasi Asuransi Syariah?. *Manajemen Universitas Gadjah Mada*.
- Widodo, S. Dkk. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian* (1st Ed.). Cv Science Techno Direct.
- Wijanarko, A., & Rachmawati, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(1), 1–13.

Wiratama, C. M. (2015). *Analisis Pengaruh Religiustas Dan Performa Produk (Return, Prosedur Dan Layanan) Terhadap Preferensi Peserta Asuransi Syariah Di Kota Malang.*