

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pertumbuhan peradaban manusia yang begitu cepat, semua mengarah pada hal-hal yang serba praktis. Perubahan skema kehidupan tentu turut dirasakan oleh setiap manusia, tetapi seberapa jauh perubahan tersebut pada dasarnya manusia akan selalu dihadapkan dengan risiko. Risiko adalah sesuatu yang dapat terjadi kapanpun dan dimanapun. Mayoritas manusia tidak mengenal kapan, dimana, dan sebesar apapun risiko akan terjadi, semakin berkembangnya masa, maka semakin besar pula tingkat risiko yang akan dihadapi.

Risiko diakibatkan dari suatu kejadian yang tidak bisa dihindari, misalnya seperti kematian atau bencana alam yang merupakan takdir Allah SWT. Risiko dapat menimpa diri sendiri berupa sakit, maupun kehilangan harta benda yang diakibatkan dari berbagai kejadian seperti kebakaran, kecelakaan, dan sebagainya. Risiko ini akan terus bertambah seiring dengan berkembangnya peradaban dan pola pikir manusia sehingga risiko tersebut dapat mengakibatkan penderitaan fisik maupun psikis bagi yang mengalaminya.

Kesadaran seseorang bisa berasal dari diri sendiri maupun dari faktor lain yang membawa seseorang untuk mengantisipasi risiko dengan berbagai cara,

salah satunya dengan bergabung ke dalam asuransi. Asuransi sendiri dapat meminimalisir kerugian yang besar dan mampu menampung risiko-risiko besar dan menggantikannya secara *financial* dikemudian hari.¹

Asuransi adalah pertanggung jawaban antara dua pihak atau lebih, dimana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggungjawab hukum pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggung jawabkan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1992, tentang Perasuransian, pasal 1 ayat 1).

Indonesia sebagai salah satu negara dengan mayoritas muslim di dunia menginginkan adanya aspek ekonomi syariah dalam tatanan hidup bermasyarakat. Sehingga muncul pemikiran-pemikiran untuk terciptanya lembaga-lembaga keuangan syariah. Di Indonesia, perkembangan ekonomi syariah tidak hanya ditandai dengan berdirinya Bank Muamalat pada tahun 1992, melainkan juga disusul oleh asuransi syariah yang diawali dengan berdirinya PT. Syarikat Takaful Indonesia sebagai *Holding Company* yang berdiri pada tahun 24 Februari 1994, yang selanjutnya mendirikan dua anak

¹ Sella Tifanni, “Analisis Kinerja Asuransi Dalam Membantu Penyelesaian Klaim Asuransi Syariah” (Program Strata Satu, UIN Sultan Maulana Hasanuddin, Banten, 2018), h. 5.

perusahaan, yaitu PT. Syarikat Takaful Keluarga dan PT. Asuransi Takaful Umum.

Menurut Dewan Syariah Nasional, asuransi syariah adalah sebuah usaha untuk saling melindungi dan saling tolong-menolong antar sejumlah orang, dimana hal ini dilakukan melalui investasi dalam bentuk aset (*tabarru'*) yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariat Islam.

Konsep *aqilah* atau sebutan asuransi syariah yang sudah dikenal oleh masyarakat Arab Jahiliyyah pada masa sebelum Islam, maksud dari konsep tersebut adalah apabila ada keluarga yang membunuh maka ia harus membayar sejumlah uang (uang darah/*diyat*) kepada keluarga yang terbunuh sebagai bentuk kompensasi.² Kesiapan untuk membayar kontribusi keuangan ini sama dengan premi dalam praktik asuransi. Sedangkan kompensasi yang dibayar berdasarkan konsep *aqilah* sama dengan nilai pertanggungan dalam praktik asuransi sekarang, yang merupakan bentuk perlindungan finansial bagi ahli waris terhadap kematian sang korban.³

Perkembangan asuransi syariah di Indonesia terjadi sangat pesat sejak tahun 2011. Hal ini dibuktikan dengan munculnya berbagai macam

² Ai Nur Bayinah, Sepky Mardian, *Akuntansi Asuransi Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), h. 2.

³ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and Genera) Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta: PT. Gema Insani, 2004), Cet. Ke-2, h. 246.

perusahaan asuransi yang mulai menawarkan berbagai produk asuransi berbasis syariah. Terhitung dari 20 perusahaan asuransi di Indonesia yang memiliki produk asuransi syariah. Berbagai produk asuransi berdasarkan prinsip Islam dapat dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia, tentunya yang menginginkan sebuah proteksi atau perlindungan. Selain terhindar dari riba, asuransi yang berdasarkan prinsip Islam ini diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) secara nasional untuk memastikan bahwa semua produk yang dimiliki setiap perusahaan telah sesuai dengan prinsip syariat Islam.⁴ Saat ini peranan asuransi syariah sangat penting dalam memajukan perekonomian Indonesia. Asuransi dikatakan sebagai proteksi masa depan atau sebagai perlindungan risiko ketika kita mengalami musibah.

Sasaran pemasaran asuransi syariah adalah dari usia tua sampai remaja. Karena pada dasarnya setiap manusia pasti membutuhkan sebuah proteksi atau perlindungan untuk dirinya maupun keluarga. Tidak ada yang dapat memprediksi kapan akan terjadinya risiko, oleh karena itu manusia sebagai makhluk berakal pasti akan berusaha untuk menghindari atau setidaknya meminimalisir risiko yang akan ditanggung terutama dalam aktivitas

⁴ <https://lifepal.co.id/media/asuransi-syariah-di-indonesia/> diakses pada 18 Oktober 2021 pukul 13.10

ekonomi. Jadi, solusi terbaiknya adalah dengan bergabung melalui asuransi syariah untuk dapat menanggulangi risiko finansial yang mungkin terjadi.⁵

Usia generasi milenial dipercaya dapat membawa bangsa Indonesia menuju ke arah pembangunan yang lebih maju dan dinamis. Generasi milenial dijadikan sebagai modal besar untuk mewujudkan pembangunan bangsa dalam segala aspek. Sebagai modal besar pembangunan suatu bangsa, generasi milenial diharapkan memiliki potensi lebih unggul dibandingkan generasi-generasi sebelumnya.⁶ Oleh karena itu, akan sangat menguntungkan bagi perusahaan asuransi syariah jika dapat membidik milenial lebih dalam lagi agar melirik asuransi syariah.

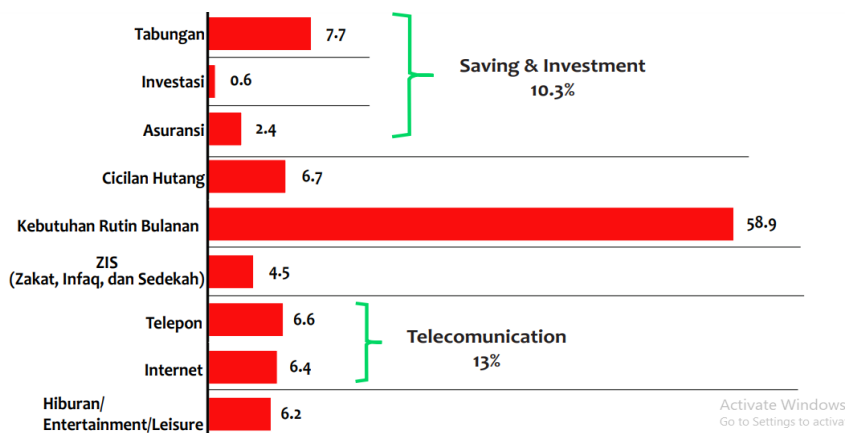
Generasi milenial menurut *Generation Theory* adalah individu yang lahir pada tahun 1980 hingga akhir tahun 2000 (Badan Pusat Statistika, 2018). Generasi milenial juga sering disebut dengan generasi y, generasi ini cenderung lebih suka menghabiskan pendapatannya untuk kegiatan yang sifatnya konsumtif dibandingkan untuk menabung.

Gambar 1.1

Presentase Pengeluaran Per Bulan (%)

⁵ Raudhatul Jannah Irfan, dkk, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa" (Skripsi UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019), h. 37.

⁶ Badan Pusat Statistik, *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*, (Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak), h. 7.

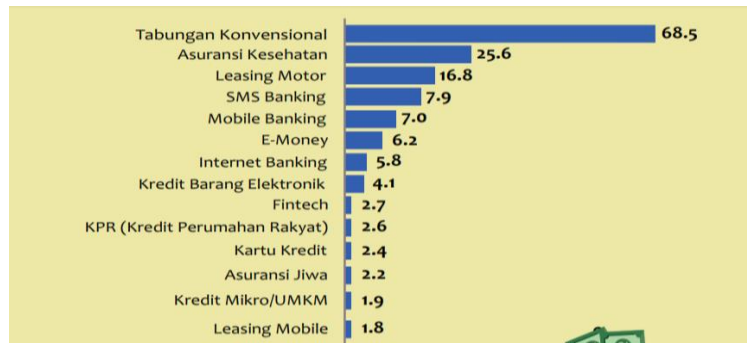


Sumber : *Indonesia Millennial Report 2020*

Berdasarkan penelitian *IDN Research Institute* yang dirilis pada tahun 2020, milenial hanya mampu mengalokasikan 10,3% untuk *saving* dan *investment* dari pendapatan rutin mereka, dan 2,4% diantaranya yaitu digunakan untuk asuransi. Para milenial cenderung menghabiskan pendapatan bulanan mereka untuk kebutuhan bulanan yang mencapai 58,9% serta keperluan lainnya seperti hiburan 6,2%, keperluan telekomunikasi seperti internet dan telepon sebesar 13%, dan sisanya untuk cicilan hutang serta sedekah.

Di sisi lain, mereka sebenarnya cukup mengenal berbagai produk keuangan seperti tabungan, asuransi, *leasing*, dan lain sebagainya. Berikut adalah produk keuangan yang digunakan oleh generasi milenial Indonesia berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *IDN Research Institute* :

Gambar 1.2
Produk keuangan yang Digunakan (%)

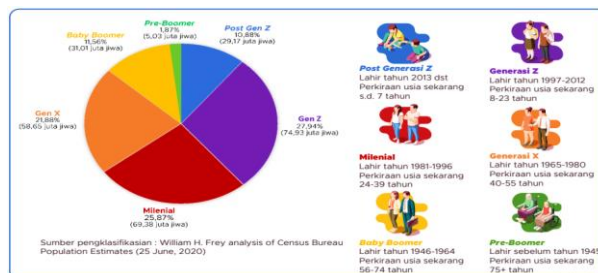


Sumber : Indonesia Millennial Report 2020

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar para milenial di Indonesia menggunakan tabungan konvensional yaitu sebesar 68,5%. Terdapat sebagian kecil dari generasi milenial di Indonesia yang menggunakan tabungan syariah yaitu hanya sebesar 1,8%. Sedangkan yang lain masing-masing yaitu asuransi kesehatan 25,6%, *leasing* motor 16,8%, *sms banking* 7,9%, *mobile banking* 7,0%, e-money 6,2%, internet banking 5,8%, kredit elektronik 4,1%, kartu kredit 2,4%, asuransi jiwa 2,2%. Data diatas menunjukkan bahwa tingkat minat berasuransi generasi milenial cukup rendah.

Gambar 1.3

Komposisi Penduduk Menurut Generasi (%) 2020



Sumber : Hasil Sensus Penduduk 2020

Berdasarkan hasil sensus penduduk 2020 yang dilakukan BPS, jumlah generasi milenial mencapai 69,38 juta jiwa atau setara dengan 25,87% dari total populasi berjumlah 270,2 juta jiwa. Generasi milenial menduduki posisi kedua yang paling mendominasi penduduk Indonesia.

Usia generasi milenial merupakan usia yang masih bisa melakukan aktivitas produktif sehingga generasi ini dapat menggenjot pertumbuhan ekonomi terutama dalam industri asuransi syariah ini. Generasi milenial memiliki potensi yang besar dalam bisnis asuransi jiwa dan ditemukan fakta bahwa kebanyakan dari milenial tidak ingin dirinya menjadi beban finansial keluarga jika suatu saat mengalami dampak dari risiko dalam hidup. Sehingga asuransi syariah yang mengutamakan prinsip tolong-menolong menjadi sangat relevan bagi generasi milenial.⁷

Saat ini asuransi syariah sudah memiliki banyak keunggulan karena tidak hanya berdasarkan prinsip syariah saja sehingga transaksi dan aktivitasnya menjadi halal, tetapi sifatnya terbuka dan tidak mengkhususkan bagi muslim saja tetapi juga non muslim. Hal ini membuktikan bahwa asuransi syariah membuka peluang yang sama terhadap semua nasabah tanpa membedakan asal usul. Akan tetapi permasalahannya asuransi syariah terkendala

⁷ Raudhatul Jannah Irfan, dkk, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa" (Skripsi UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019).

karena masih banyak masyarakat terutama generasi milenial yang takut berasuransi syariah hal ini disebabkan karena kurangnya pemahaman. Generasi milenial masih kurang sadar akan kepentingan asuransi untuk jangka panjang. Melihat gaya hidupnya yang cenderung konsumtif, kebanyakan dari mereka rela menghabiskan uang demi kepentingannya masing-masing. Seperti liburan ataupun berbelanja karena hanya mengikuti *trend*.

Dalam acara *Live Talk* Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), Wahyudin Rahman (Narasumber) menjelaskan bahwa dukungan generasi milenial sangat diperlukan, tidak hanya sebagai pengguna produk asuransi syariah, namun menjadi agen dalam memperluas dan memperdalam pasar keuangan syariah, khususnya asuransi syariah. Menurut Wahyudin, konsep asuransi syariah yang berpegang pada nilai saling tolong-menolong merupakan potensi yang sangat baik jika dioptimalkan.⁸

Oleh karena itu, perlu adanya upaya untuk meningkatkan pengetahuan mendasar serta pemahaman untuk generasi milenial tentang asuransi syariah. Agar generasi ini dapat mengerti pentingnya berasuransi. Disinilah peran asuransi syariah untuk melakukan sosialisasi lebih kepada generasi milenial terkait asuransi syariah, baik itu lokasi, prinsipnya atau macam-macam produknya. Agar hal tersebut dapat menambah kepercayaan generasi

⁸ <https://knks.go.id/berita/360/kneks-dan-iis-meningkatkan-literasi-asuransi-syariah-kepada-generasi-milenial?category=1>

milenial mengenai kesyariahan asuransi syariah serta dapat memikay mereka untuk gabung berasuransi syariah.

Tingkat pemahaman merupakan faktor yang sangat penting untuk mengetahui minat seseorang. Pemahaman dipengaruhi juga oleh beberapa faktor seperti faktor ekonomi. Status ekonomi seseorang juga akan menentukan tersedianya suatu fasilitas yang diperlukan untuk kegiatan tertentu. Misalnya pendidikan, semakin tinggi pendidikan seseorang akan menerima suatu pengetahuan yang lebih luas. Kemudian faktor sosial lingkungan memberikan pengaruh juga terhadap pemahaman seseorang dimana mereka bisa mempelajari hal-hal dari pengalaman mereka. Selain itu ada juga faktor informasi yang memiliki pengaruh, sekalipun seseorang berpendidikan rendah apabila ia mendapat informasi yang baik dari media manapun itu juga bisa meningkatkan pemahaman mereka terhadap sesuatu.

Yoris Sebastian dalam *Generasi Langgas: Millennials Indonesia* menjelaskan, generasi milenial memiliki berbagai keunggulan diantaranya ingin serba cepat, mudah berpindah pekerjaan dalam waktu singkat, kreatif, dinamis, melek teknologi, dekat dengan media sosial dan lain sebagainya.⁹ Oleh karena itu informasi penting dan amat sangat dibutuhkan untuk

⁹ Yoris Sebastian, dkk., *Generasi Langgas: Millennials Indonesia*, (Jakarta: GagasMedia, 2016).

memudahkan para milenial mendapatkan pemahaman tentang asuransi syariah.

Untuk memperkuat penelitian ini, ada beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan faktor-faktor diatas menghasilkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berasuransi syariah.

Penelitian yang dilakukan (Indry Yani Rahayu, 2021) yang menyatakan bahwa variabel faktor ekonomi terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi pendidikan anak.

Penelitian yang dilakukan (Ana Zuhrotul Wahidah, 2021), menyatakan bahwa variabel sosial lingkungan berpengaruh signifikan terhadap minat berasuransi syariah pada masyarakat di Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut.

Penelitian yang dilakukan (Khoirania, Andri Brawijaya, M. Komaruddin, 2021) menyatakan bahwa variabel informasi berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap minat beli nasabah pada produk pendidikan berasuransi pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Bogor.

Berdasarkan pengamatan diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan mengambil beberapa faktor pengaruh pemahaman diatas yang dikemukakan oleh Kotler dan Bowen (2002: 191) untuk dijadikan variabel penelitian yaitu faktor ekonomi, faktor sosial/lingkungan, dan faktor

informasi. Oleh karena itu, dalam skripsi ini penulis mengambil judul :
“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMAHAMAN ASURANSI SYARIAH TERHADAP MINAT BERASURANSI PADA GENERASI MILENIAL”

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan suatu upaya untuk menjelaskan masalah penelitian secara ringkas. Maka dari itu, identifikasi masalah dari penelitian ini adalah:

1. Gaya hidup generasi milenial yang konsumtif
2. Pemahaman yang keliru terhadap asuransi syariah
3. Kesadaran generasi milenial terhadap asuransi syariah masih rendah
4. Milenial lebih mementingkan eksistensi daripada proteksi
5. Manajemen risiko yang belum cukup baik

C. Batasan Masalah

Fokus penelitian bertujuan untuk membatasi suatu masalah dalam penelitian agar memudahkan para peneliti untuk lebih fokus pada penelitian yang akan dijalankan dan juga tidak menyimpang dari apa yang akan diteliti. Jadi penelitian ini membatasi masalah, dan fokus penelitiannya adalah pada masalah berikut:

1. Objek penelitian ini difokuskan pada generasi milenial kelahiran tahun 1980-2000an usia 19-34 tahun di Kelurahan Cipare, Kota Serang, Banten

2. Menganalisis faktor pemahaman yang mempengaruhi minat berasuransi pada generasi milenial di Kelurahan Cipare, Kota Serang
3. Isu yang diangkat adalah sejauh mana pemahaman milenial tentang asuransi syariah dapat mempengaruhi minatnya dalam berasuransi.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor ekonomi berpengaruh secara signifikan terhadap minat berasuransi pada generasi milenial?
2. Apakah faktor sosial/lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berasuransi pada generasi milenial?
3. Apakah faktor informasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat berasuransi pada generasi milenial?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, tujuan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis apakah faktor ekonomi berpengaruh secara signifikan terhadap minat berasuransi pada generasi milenial.
2. Untuk menganalisis apakah faktor sosial/lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berasuransi pada generasi milenial.

3. Untuk menganalisis apakah faktor informasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat berasuransi pada generasi milenial.

F. Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan bermanfaat bagi semua pihak secara teoritis maupun praktis.

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pengembangan pengetahuan dan teori yang diperoleh di perguruan tinggi, guna disajikan sebagai bahan studi ilmiah dalam rangka penelitian lebih lanjut terutama yang berkaitan dengan pemahaman terhadap asuransi syariah.

2. Secara Praktis

a) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan baru serta memberikan informasi mengenai faktor yang mempengaruhi pemahaman terhadap Asuransi Syariah. Penelitian ini merupakan syarat yang diajukan guna menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

b) Bagi Pihak Asuransi Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi perusahaan untuk kemajuan dimasa mendatang dan lebih memperkenalkan asuransi syariah pada khalayak banyak.

G. Kerangka Pemikiran

1. Kerangka Berfikir

Kerangka penelitian merupakan suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian (*research question*), dan merepresentasikan suatu himpunan dari beberapa konsep serta hubungan di antara konsep-konsep tersebut. Menurut Sugiyono (2014: 93), kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Menurut Kotler dan Bowen (2002: 191), pemahaman seseorang dapat dipengaruhi oleh karakteristik faktor-faktor seperti: faktor ekonomi, faktor sosial/lingkungan, faktor psikologis, dan faktor informasi.

a) Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minimnya tingkat kepeahaman masyarakat karena dari keadaan ekonomi masyarakat bisa melakukan pendidikan yang lebih tinggi agar bisa menerima suatu pengetahuan dan informasi yang ada dalam masyarakat. Status ekonomi seseorang juga akan menentukan tersedianya suatu fasilitas yang diperlukan untuk kegiatan tertentu.

b) Faktor Sosial/Lingkungan

Hampir setiap masyarakat mempunyai bentuk struktur kelas sosial. Kelas sosial adalah bagian-bagian yang relatif permanen dan teratur dalam masyarakat yang anggotanya mempunyai nilai, minat, dan perilaku serupa. Lingkungan memberikan pengaruh pertama bagi seseorang, dimana seseorang dapat mempelajari hal-hal yang baik dan juga hal-hal yang buruk tergantung pada sifat kelompoknya. Dalam lingkungan seseorang akan memperoleh pengalaman yang akan berpengaruh pada cara pikir seseorang.

c) Faktor Psikologi

Pemahaman juga dipengaruhi oleh tiga faktor psikologis utama yaitu motivasi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap seseorang. Ketika bertindak, orang tersebut sekaligus melakukan kegiatan belajar. Pembelajaran menggambarkan perubahan perilaku individu yang muncul dari pengalaman. Melalui tindakan dan 31 pembelajaran, seseorang mendapatkan keyakinan dan sikap yang pada gilirannya mempengaruhi pemahaman masyarakat.

d) Faktor Informasi

Informasi akan memberikan pengaruh pada pemahaman seseorang. Meskipun seseorang memiliki pendidikan yang rendah tetapi jika ia mendapatkan informasi yang baik dari berbagai media misalnya televisi, radio atau surat kabar maka hal itu akan meningkatkan pemahaman seseorang.

Mengacu pada pendapat Kotler dan Bowen (2002: 191), maka faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman terhadap asuransi syariah dalam penelitian ini dibatasi :

1. Faktor Ekonomi
2. Faktor Sosial/Lingkungan
3. Faktor Informasi

Definisi minat beli adalah konsumen yang belum melakukan tindakan pembelian di masa sekarang dan bisa disebut sebagai calon pembeli. Kotler dan Keller (dalam Adi, 2015) menyatakan bahwa minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan. Munculnya minat seseorang untuk membeli suatu produk disebabkan karena orang tersebut telah paham dan memahami makna produk yang akan di belinya.

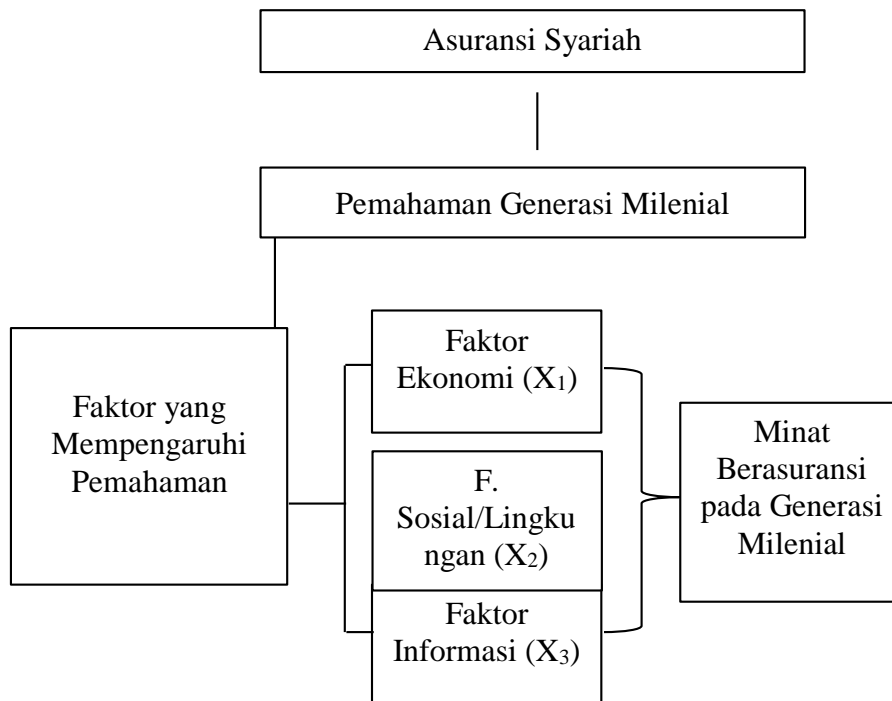
Menurut Kotler dan Keller (2009) definisi minat beli yaitu minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Didukung dengan teori perilaku konsumen, minat beli merupakan perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (Kotler

dan Keller, 2016:199). Terdapat faktor eksternal dan internal dalam perilaku konsumen yang mempengaruhi pembelian, salah satunya faktor psikologis yang termasuk dalam faktor internal (Schiffman dan Kanuk, 2010:186). Faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli terdiri dari empat faktor, yaitu motivasi (dorongan seseorang untuk bertindak guna memuaskan kebutuhannya sehingga dapat mengurangi ketegangan yang dimilikinya), persepsi (proses seseorang individu memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan-masukan untuk menciptakan gambaran yang bermakna), pengetahuan (pembelajaran yang meliputi perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman), serta keyakinan dan sikap yang dapat diperoleh seseorang melalui bertindak dan belajar (Kotler dan Keller, 2016:187-194). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen diantaranya lingkungan dan stimulus pemasaran. Lingkungan sekitar dapat mempengaruhi minat beli konsumen dalam pemilihan suatu produk tertentu dan stimulus pemasaran berupaya mendorong konsumen sehingga dapat menarik minat beli (Kotler dan Keller, 2016:199).¹⁰

Maka, kerangka berfikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹⁰ http://repository.upi.edu/24565/4/S_MBS_1200186_Chapter1.pdf, diakses pada 21 Desember, 2021, pukul 22.43 WIB.

Tabel 1.1 Kerangka Pemikiran

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai isi dari skripsi ini dengan susunan yang sistematis dan komprehensif. Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut:

Bab I pendahuluan, pada bab ini berisi tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan

penelitian, fokus penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis, penelitian terdahulu, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II kajian pustaka, bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian, kaitan antara variabel dan hipotesis, serta konsep yang dijadikan patokan sebagai dasar penelitian.

Bab III metodologi penelitian, pada bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian yang meliputi: jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, subjek dan pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV pembahasan hasil penelitian, bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, hasil analisis serta pembahasan secara mendalam dan teknik analisis data.

Bab V penutup, bab ini menjelaskan hasil dari pembahasan skripsi yang dimuat dalam kesimpulan dan saran atau rekomendasi kepada pihak-pihak terkait.