

ABSTRAK

Setiap manusia selalu akan dihadapkan dengan peristiwa-peristiwa yang tidak terduga, yang dapat menimbulkannya kerugian. Dapat dikatakan bahwa kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dengan risiko-risiko yang ada. Hal ini yang membuat manusia berupaya untuk meminimalisir risiko yang ada dikarenakan manusia ingin mendapatkan rasa aman dan kehidupan yang baik. Salah satu yang dapat dilakukan untuk menghindari risiko dan membagi risiko ialah dengan memanfaatkan produk-produk dari Asuransi maupun Asuransi Syariah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan Pengaruh *Attitude, Religiosity, Awareness, Trust* Dan *Subjective Norm* Terhadap Niat Beli Milenial Terhadap Asuransi Syariah. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang lahir antara tahun 1980 sampai 2000 yang tinggal di Jabodetabek dan beragama Islam yang berjumlah sebanyak 106 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Attitude* dan *Subjective Norm* secara positif berpengaruh terhadap Niat Beli Milenial terhadap Asuransi Syariah, sedangkan variabel *Religiosity, Awareness, dan Trust* tidak tidak berpengaruh terhadap Niat Beli Milenial terhadap Asuransi Syariah. Variabel-variabel tersebut telah diuji secara simultan secara positif berpengaruh terhadap Niat Beli Milenial terhadap Asuransi Syariah.

Kata Kunci : Asuransi Syariah, Milenial, Niat Beli, *Attitude, Religiosity, Awareness, Trust, Subjective Norm*