

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini didasarkan pada hasil penelitian sebelumnya. Penelitian terdahulu tersebut antara lain:

##### 2.1.1. Zakaria dan Azmi (2016)

Penelitian Zakaria dan Azmi (2016) bertujuan untuk mengetahui beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembeli asuransi jiwa atau takaful serta mengetahui hubungan antara variabel literasi keuangan, motivasi menabung, religius dan niat membeli asuransi jiwa. Sampel penelitian sebanyak dua ratus responden yang diambil dari tiga Universitas Negeri yaitu Universitas Teknologi Mara Dungun, Universitas Teknologi Mara Chendering dan Universitas Sultan Zainal Abidin. Alat uji yang digunakan adalah *multiple regression analysis* (MRA) dan *Corelation*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa faktor literasi keuangan, motivasi menabung dan religius berpengaruh signifikan terhadap niat membeli asuransi jiwa atau takaful.

Persamaan:

1. Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah kedua penelitian menggunakan literasi keuangan dan motivasi menabung sebagai variabel bebas.
2. Persamaan lainnya adalah instrumen penelitian menggunakan kuesioner.

Perbedaan:

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebelumnya adalah pengguna asuransi jiwa di Malaysia, sedangkan sampel penelitian sekarang adalah pengguna asuransi di Indonesia.
2. Teknik dalam penelitian sebelumnya adalah menggunakan ANOVA dan *Multiple Regression Analysis* (MRA), sedangkan penelitian sekarang menggunakan regresi logistik
3. Penelitian terdahulu menggunakan variabel religius sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan itu.

#### **2.1.2. Mahdzan & Victorian (2013)**

Penelitian Mahdzan & Victorian (2013) bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi permintaan asuransi jiwa di Malaysia serta menganalisis pengaruh variabel demografi, motivasi menabung dan literasi keuangan terhadap permintaan asuransi. Sampel sebanyak 259 responden pemegang asuransi jiwa dari lima perusahaan asuransi besar di Kuala Lumpur. Hubungan faktor demografi dan permintaan asuransi diuji dengan menggunakan ANOVA sedangkan hubungan literasi keuangan dan motivasi menabung diuji dengan menggunakan *multiple regression analysis* (MRA). Hasil pengujian dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor demografi dan motivasi menabung berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi jiwa sedangkan literasi keuangan berpengaruh tidak signifikan terhadap permintaan asuransi jiwa.

Persamaan:

1. Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah kedua penelitian menggunakan motivasi menabung sebagai variabel bebas.
2. Persamaan lainnya adalah instrumen penelitian menggunakan kuesioner.

Perbedaan:

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebelumnya adalah pengguna asuransi jiwa di Kuala Lumpur, sedangkan sampel penelitian sekarang adalah pengguna asuransi di Indonesia.
2. Teknik dalam penelitian sebelumnya adalah menggunakan ANOVA dan *Multiple Regression Analysis* (MRA), sedangkan penelitian saat ini menggunakan regresi logistik.

### **2.1.3. Lin & Hsiao (2017)**

Penelitian Lin dan Hsiao (2017) bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi jiwa di Taiwan. Sampel yang digunakan sebanyak 2472 responden, pengumpulan data menggunakan metode kuisisioner yang disebarakan pada masyarakat Taiwan. Hasilnya menunjukkan bahwa literasi keuangan, penasehat keuangan dan sumber informasi asuransi berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi jiwa di Taiwan. Alat uji yang digunakan adalah regresi logistik

Persamaan :

1. Variabel independen yang digunakan sama, yaitu literasi keuangan.
2. Variabel dependen dalam kedua penelitian sama yaitu keputusan berasuransi.

3. Alat analisis yang digunakan oleh peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya adalah regresi logistik.
4. Persamaan lainnya adalah instrumen penelitian menggunakan metode kuesioner.

Perbedaan :

Peneliti saat ini menggunakan variabel motivasi menabung dan persepsi individu sebagai variabel bebasnya sedangkan penelitian Lin dan Hsiao (2017) menggunakan penasehat keuangan dan sumber informasi asuransi sebagai variabel bebas.

#### **2.1.4. Rui Yao dan Xiao (2014)**

Penelitian Rui Yao dan Xiao (2014) bertujuan untuk menjelaskan pengaruh usia terhadap motivasi menabung pada rumah tangga penduduk di Cina. Data dikumpulkan menggunakan metode survei. Alat analisis yang digunakan adalah *Chi square* dan sampel pada penelitian ini sebanyak 2.079 responden. Hasilnya menunjukkan bahwa setiap kelompok usia mempunyai motivasi menabung yang berbeda diantaranya kelompok usia setengah baya menabung untuk menyiapkan dana pensiun, kelompok usia yang lebih tua menabung untuk menyiapkan dana pendidikan anak-anak dan kelompok usia muda menabung untuk menyiapkan dana pembelian sebuah rumah, mobil serta barang-barang lainnya.

Persamaan :

1. Variabel independen yang digunakan sama, yaitu motivasi menabung.
2. Metode pengumpulan data menggunakan survei.

Perbedaan :

1. Peneliti saat ini menggunakan variabel motivasi menabung sebagai variabel bebas sedangkan penelitian Rui Yao dan Xiao (2014) menggunakan variabel motivasi menabung sebagai variabel terikatnya.
2. Sampel yang digunakan peneliti adalah responden yang berada di wilayah Indonesia, sedangkan penelitian Rui Yao dan Xiao (2014) mengambil sampel di Cina.
3. Teknik analisis data yang digunakan peneliti terdahulu yaitu *Chi square* sedangkan peneliti saat ini menggunakan teknik analisis data regresi logistik.

#### **2.1.5. Dwi dan Malelak (2015)**

Penelitian Dwi dan Malelak (2015) bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi jiwa di Surabaya. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden pemilik polis asuransi di Surabaya. Data dikumpulkan menggunakan kuisisioner dan alat uji yang digunakan *partial least square* (PLS). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah tanggungan, pendapatan, motivasi menabung dan *financial literacy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan asuransi jiwa di wilayah Surabaya.

Persamaan:

1. Variabel independen yang digunakan sama, yaitu *financial literacy* dan motivasi menabung.

2. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian terdahulu dan penelitian sekarang berfokus pada asuransi.
3. Persamaan lainnya adalah instrumen penelitian menggunakan kuesioner.

Perbedaan :

1. Pada variabel independennya, penelitian sebelumnya menggunakan variabel faktor sosio-demografi.
2. Teknik analisis data yang digunakan peneliti terdahulu yaitu *partial least square (PLS)* sedangkan peneliti saat ini menggunakan teknik analisis data regresi logistik.

#### **2.1.6. Dalkilic & Kirkbesoglu (2015)**

Penelitian Dalkilic & Kirkbesoglu (2015) bertujuan untuk melihat pengaruh dari literasi keuangan terhadap pengembangan kesadaran berasuransi di Turki. Data yang diperoleh menggunakan metode *random sampling* dan sampel yang digunakan sebanyak 400 responden mahasiswa dari berbagai Universitas di Turki. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner, teknik analisa data yang digunakan adalah ANOVA. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap pengembangan kesadaran berasuransi di Turki.

Persamaan :

1. Variabel independen yang digunakan sama, yaitu literasi keuangan.
2. Variabel dependen dalam kedua penelitian sama yaitu keputusan berasuransi.
3. Persamaan lainnya adalah instrumen penelitian menggunakan kuesioner.

Perbedaan :

1. Peneliti saat ini menggunakan variabel motivasi menabung, literasi keuangan dan persepsi individu sebagai variabel bebasnya sedangkan penelitian Dalkilic & Kirkbesoglu (2015) hanya menggunakan literasi keuangan sebagai variabel bebas.
2. Sampel yang digunakan peneliti adalah responden yang berada di wilayah Indonesia, sedangkan penelitian Dalkilic & Kirkbesoglu (2015) mengambil sampel di Turki.
3. Pengambilan sampel penelitian saat ini menggunakan *convineance sampling* dan *purposive sampling*, sedangkan penelitian Dalkilic & Kirkbesoglu (2015) menggunakan *random sampling*.
4. Teknik analisis data yang digunakan peneliti terdahulu yaitu ANOVA sedangkan peneliti saat ini menggunakan teknik analisis data regresi logistik.

#### **2.1.7. Mathur dan Paul (2015)**

Penelitian Mathur dan Paul (2015) bertujuan untuk mengetahui faktor sosio ekonomi, persepsi produk asuransi dan karakter individu terhadap keputusan pembelian asuransi kesehatan. Sampel yang digunakan berjumlah 263 responden, data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah regresi logistik dan hasilnya menunjukkan bahwa sosio ekonomi, persepsi produk asuransi serta karakter individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian asuransi kesehatan di India.

Persamaan :

1. Variabel independen yang digunakan sama, yaitu persepsi.
2. Variabel dependen dalam kedua penelitian sama yaitu keputusan berasuransi.
3. Alat analisis yang digunakan oleh peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya adalah regresi logistik.
4. Persamaan lainnya menggunakan instrumen penelitian kuesioner.

Perbedaan :

1. Sampel yang digunakan peneliti adalah responden yang berada di wilayah Indonesia, sedangkan penelitian Mathur dan Paul (2015) mengambil sampel di India.
2. Peneliti saat ini menggunakan variabel literasi keuangan dan motivasi menabung sebagai variabel bebasnya sedangkan penelitian Mathur dan Paul (2015) menggunakan sosio ekonomi dan karakter individu sebagai variabel bebas.

#### **2.1.8. Lestari & Djamaludin (2017)**

Penelitian Lestari & Djamaludin (2017) bertujuan untuk menganalisis persepsi dan motivasi terhadap program asuransi kesehatan di kota Bogor. Responden dalam penelitian ini sebanyak 140 dipilih dengan menggunakan *convenience sampling* pada rumah sakit Salak, rumah sakit pemerintah kota Bogor dan rumah sakit PMI. Data dikumpulkan menggunakan kuisisioner dengan alat uji yang digunakan adalah *Correlation* dan regresi logistik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan motivasi dan persepsi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian asuransi kesehatan (NHIP) di Bogor.



Persamaan :

1. Variabel independen yang digunakan sama, yaitu motivasi dan persepsi.
2. Variabel dependen dalam kedua penelitian sama yaitu keputusan berasuransi.
3. Alat analisis yang digunakan oleh peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya adalah regresi logistik.
4. Persamaan lainnya adalah instrumen penelitian menggunakan kuesioner.

Perbedaan :

Peneliti saat ini menggunakan variabel literasi keuangan sebagai variabel bebasnya sedangkan penelitian Lestari dan Djamaludin (2017) hanya menggunakan motivasi dan persepsi sebagai variabel bebas.

#### **2.1.9. Abousi dan Domfeh (2016)**

Penelitian Abousi dan Domfeh (2016) bertujuan untuk menganalisis persepsi dan motivasi terhadap program asuransi kesehatan nasional di Ghana. Responden dalam penelitian ini sebanyak 818 orang dari 17 rumah sakit umum di tiga wilayah Ghana. Data dikumpulkan menggunakan kuisisioner dan alat uji yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sosio-demografi dan persepsi kualitas perawatan tidak berpengaruh signifikan terhadap pasien yang memiliki asuransi dan tidak memiliki asuransi.

Persamaan :

1. Variabel independen yang digunakan sama, yaitu persepsi.
2. Persamaan lainnya adalah instrumen penelitian menggunakan kuesioner.

Perbedaan :

1. Penelitian Abousi dan Domfeh (2016) menggunakan sosio-demografi sebagai variabel bebas.
2. Sampel yang digunakan peneliti adalah responden yang berada di wilayah Indonesia, sedangkan penelitian Abousi dan Domfeh (2016) mengambil sampel di Ghana.
3. Teknik analisis data yang digunakan peneliti terdahulu yaitu regresi berganda sedangkan peneliti saat ini menggunakan teknik analisis data regresi logistik.

#### **2.1.10. Gede, Ayu dan Astiti (2014)**

Penelitian Gede, Ayu dan Astiti (2014) bertujuan untuk mengetahui peran persepsi individu terhadap asuransi dan model kepercayaan kesehatan dalam pengambilan keputusan menggunakan asuransi jiwa. Metode penelitian yang digunakan dalam pengumpulan sampel adalah metode penelitian kuantitatif. Responden dalam penelitian ini sebanyak 90 orang yang berada di wilayah Denpasar diambil menggunakan metode *cluster random sampling*.

Data yang diperoleh adalah dengan menggunakan kuesioner dan alat analisis yang digunakan adalah *Multiple Regression Analysis*. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi individu berpengaruh positif terhadap asuransi dan model kepercayaan kesehatan, sehingga jika terjadi peningkatan dalam persepsi dan model kepercayaan kesehatan, maka pengambilan keputusan juga akan mengalami peningkatan, begitupun sebaliknya.

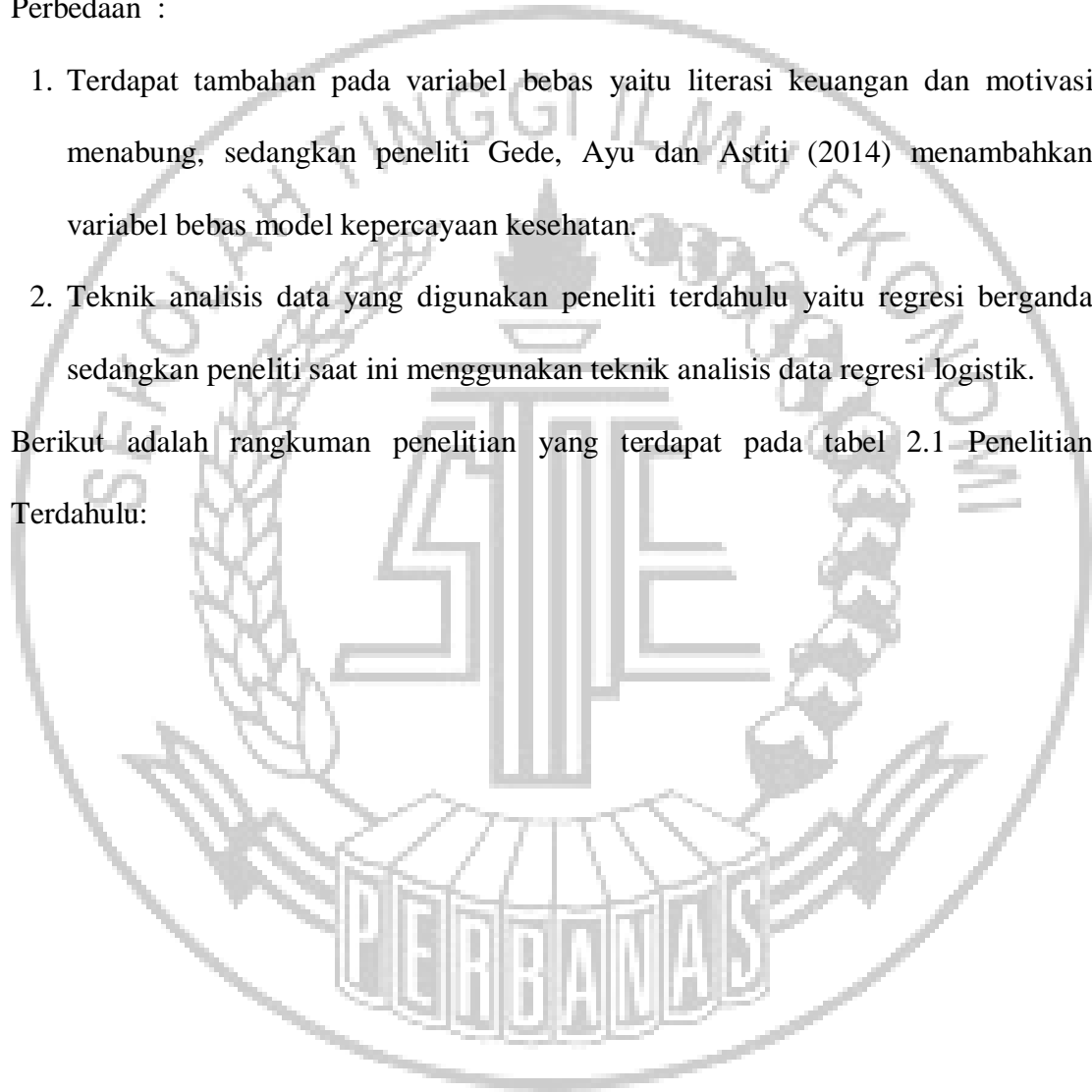
Persamaan:

1. Kedua penelitian ini memiliki variabel bebas yang sama yaitu persepsi individu.
2. Persamaan lainnya adalah instrumen penelitian menggunakan kuesioner.

Perbedaan :

1. Terdapat tambahan pada variabel bebas yaitu literasi keuangan dan motivasi menabung, sedangkan peneliti Gede, Ayu dan Astiti (2014) menambahkan variabel bebas model kepercayaan kesehatan.
2. Teknik analisis data yang digunakan peneliti terdahulu yaitu regresi berganda sedangkan peneliti saat ini menggunakan teknik analisis data regresi logistik.

Berikut adalah rangkuman penelitian yang terdapat pada tabel 2.1 Penelitian Terdahulu:



**Tabel 2.1**  
**PENELITIAN TERDAHULU**

<b>Nama</b>	<b>Topik Penelitian</b>	<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Teknik Analsis Data</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
<b>Zakaria &amp; Azmi (2016)</b>	<i>The Intention to Purchase Life Insurance: A Case Study of Staff in Public Universities</i>	Literasi keuangan, motivasi menabung, religius dan niat membeli asuransi jiwa	<i>Multiple regression analysis (MRA) dan correlation.</i>	Faktor literasi keuangan, motif menabung dan religius berpengaruh terhadap niat membeli asuransi jiwa atau takaful. takaf
<b>Mahdzan &amp; Victorian (2013)</b>	<i>The Determinants of Life Insurance Demand: A Focus on Saving Motives and Financial Literacy</i>	Demografi, motivasi menabung dan literasi keuangan dan permintaan asuransi	Anova dan <i>multiple regression analysis (MRA)</i>	Faktor demografi dan motivasi menabung berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi jiwa sedangkan literasi keuangan berpengaruh tidak signifikan terhadap permintaan asuransi jiwa
<b>Lin &amp; Hsiao (2017)</b>	<i>Financial literacy, financial advisors, and information sources on demand for life insuraunce</i>	Literasi keuangan, penasehat keuangan, sumber informasi asuransi dan permintaan asuransi	Regresi logistik	Literasi keuangan, penasehat keuangan dan sumber informasi asuransi berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi
<b>Rui Yao &amp; Xiao (2014)</b>	<i>Effects of Age on Saving Motives of Chinese Urban Consumers</i>	<i>Demografi, faktor ekonomi dan saving motivities</i>	<i>Chi square</i>	Kelompok usia setengah baya menabung untuk dana pensiun, kelompok usia yang lebih tua menabung untuk pendidikan anak-anak dan kelompok usia muda menabung untuk pembelian rumah dan mobil.

Nama	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
<b>Dalkilic &amp; Kirkbesoglu (2015)</b>	<i>The Role of Financial Literacy on The Development Of Insurance Awareness</i>	Literasi keuangan dan kesadaran berasuransi	Anova	Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap pengembangan kesadaran asuransi di Turki.
<b>Mathur &amp; Paul (2015)</b>	<i>Understanding perception and factors influencing private voluntary health insurance policy subscription in the Lucknow region</i>	Sosio- ekonomi, persepsi produk asuransi, karakter individu dan keputusan pembelian asuransi	Regresi logistik	Sosio ekonomi, persepsi produk asuransi dan karakter individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian asuransi kesehatan.
<b>Lestari &amp; Djamaludin (2017)</b>	<i>Perception and Motivation of National Health Insurance Program Participation in Bogor</i>	Persepsi, motivasi dan program asuransi kesehatan nasional	Corelation	Motivasi dan persepsi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian asuransi kesehatan (NHIP) di Bogor.
<b>Abousi &amp; Domfeh (2016)</b>	<i>Health insurance and quality of care: Comparing perceptions of quality between insured and uninsured patients in Ghana's hospitals</i>	Sosio-demografi, persepsi kualitas perawatan dan pasien memiliki asuransi atau yang tidak memiliki asuransi.	Multiple regression analysis (MRA)	Sosio-demografi dan persepsi kualitas perawatan tidak ada perbedaan yang signifikan terhadap pasien memiliki asuransi dan yang tidak memiliki asuransi.

Nama	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
<b>Gede, Ayu &amp;Astiti (2014)</b>	Peran Persepsi Individu Terhadap Asuransi dan Model Kepercayaan Kesehatan dalam Pengambilan Keputusan Menggunakan Asuransi Jiwa	Persepsi individu terhadap asuransi, model kepercayaan kesehatan dan keputusan menggunakan asuransi	<i>Multiple regression analysis</i> (MRA)	Persepsi individu terhadap asuransi dan model kepercayaan kesehatan mempunyai nilai positif terhadap keputusan menggunakan asuransi.
<b>Peneliti (2019)</b>	Pengaruh Motivasi Menabung, Literasi Keuangan dan Persepsi Individu Terhadap Keputusan Berasuransi	Motivasi menabung, literasi keuangan, persepsi individu dan keputusan berasuransi	Regresi logistik	Belum di uji.

Sumber : Zakaria & Azmi (2016), Mahdzan & Victorian (2013), Lin & Hsiao (2017), Rui Yao & Xiao (2014), Dwi & Malelak (2015), Dalkilic & Kirkbesoglu (2015), Mathur & Paul (2015), Lestari & Djameludin (2017), Abousi & Domfeh (2016), Gede, Ayu & Astiti (2014)

## 2.2. Landasan Teori

Landasan teori merupakan teori dasar yang digunakan dalam sebuah penelitian, dalam penelitian ini yang digunakan sebagai landasan teori yang diharapkan sebagai pegangan dasar peneliti untuk melakukan analisis dan evaluasi dalam penyelesaian masalah.

### 2.2.1. Teori *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Untuk lebih mendalami tentang konsep pengukuran sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terlebih dahulu diulas konsep atau faktor pembentuknya di dalam *Theory of Planned Behavior*.

1. *Attitude towards the behavior*

Ajzen (2005) mengatakan bahwa sikap terhadap perilaku ini ditentukan oleh keyakinan mengenai konsekuensi dari suatu perilaku atau secara singkat disebut keyakinan-keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*). Kepercayaan berkaitan dengan penilaian subjektif individu terhadap realita dunia sekitarnya, pemahaman individu terhadap konsep ini dilihat dari hubung antara perilaku tertentu dengan berbagai manfaat atau kerugian yang mungkin diperoleh dari suatu keputusan.

2. Norma Subjektif

Norma subjektif (*Subjective Norm*) adalah persepsi individu terhadap harapan dari orang-orang yang berpengaruh didalam kehidupannya tentang dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu. Persepsi ini sifatnya subjektif

sehingga dimensi ini disebut norma subjektif. Sebagaimana sikap terhadap perilaku, norma subjektif juga dipengaruhi oleh keyakinan (Ajzen, 2005).

### 3. Persepsi kontrol perilaku

Persepsi kontrol (*perceived behavioral control*) perilaku atau dapat disebut dengan kontrol perilaku adalah persepsi individu mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu (Ajzen, 2005). Persepsi kontrol perilaku dapat berubah tergantung situasi dan jenis perilaku yang akan dilakukan. Pusat kendali berkaitan dengan keyakinan individu tentang keberhasilannya melakukan segala sesuatu, apakah tergantung pada usahanya sendiri atau faktor lain di luar dirinya (Rotter, 1975).

#### 2.2.2. Teori tiga pilar *wealth management*

Salah satu tujuan utama dalam konsep tiga pilar *wealth management* adalah mengalokasikan aset-aset strategis kepada suatu portofolio. Konsep tiga pilar dalam *wealth management* adalah sebagai berikut (Tandelilin, 2010):



Sumber : Tandelilin, 2010

**Gambar 2.1**  
**Pilar *wealth management***



Dari gambar 2.1 pada pilar pertama *wealth management* terdapat proteksi dan pemeliharaan kekayaan. Pilar pertama bertujuan untuk menghindarkan klien dari resiko rugi yang akan terjadi di masa depan. Terdapat beberapa alternatif untuk mengalihkan resiko:

- *Insurance* (asuransi)
- *Hedge* (lindung nilai)
- *Diversification* (diversifikasi)

### 2.2.3. Asuransi

Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2015 pasal 1 ayat 1 tentang Perasuransian, Asuransi adalah perjanjian antara dua pihak, yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerimaan premi oleh perusahaan asuransi sebagai imbalan untuk memberi pergantian kepada tertanggung atau pemegang polis asuransi atas kerugian, kerusakan, biaya yang timbul dan lain-lain yang mungkin diterima tertanggung atau pemegang polis atas kejadian yang tidak terduga terjadi serta apabila tertanggung atau pemegang polis meninggal dunia dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.

Pengertian unit link adalah produk asuransi jiwa yang menyatukan fungsi proteksi dan investasi, investasi diperlukan untuk mencapai tujuan keuangan, misalnya dana pendidikan dan dana pensiun. Menurut Junaedy, (2013:5) asuransi terus berinovasi dan tidak terbatas kepada kebutuhan terhadap hal – hal sebagai berikut:

1. Sebagai proteksi terhadap risiko finansial sebagai akibat timbulnya:
  - a. kerugian, kerusakan dan kehilangan yang menimpa harta benda yang dimiliki atau dikuasai;
  - b. tuntutan tanggung jawab hukum atas kesalahan dan/atau kelalaian pribadi atau yang berada di bawah pengawasan atau tanggung jawabnya, atau mereka yang tindakannya terkait dengannya di bawah undang – undang;
  - c. pendapatan atau keuntungan yang diharapkan;
  - d. piutang yang tidak tertagih; dan
  - e. biaya pengobatan atau perawatan kesehatan.
2. Sebagai kompensasi atas kehilangan anggota badan atau cacat badan atau meninggal dunia.
3. Sebagai jaminan kelangsungan pendapatan sendiri (termasuk badan usaha) dan keluarga (atau yang menjadi tanggung jawabnya termasuk karyawan)
4. Sebagai sarana investasi dan tabungan.
5. Sebagai sarana berbagi risiko dan tolong menolong apabila terjadi musibah.
6. Sebagai strategi efisiensi pemanfaatan modal sehingga tidak perlu melakukan pencadangan atas risiko kerugian yang mungkin timbul sehingga modal yang dimiliki dapat dipergunakan sepenuhnya untuk kepentingan bisnis.
7. Pendukung strategi pengambilan kebijakan bisnis atau tindakan pribadi, misalnya atas rencana investasi atau perluasan usaha, pemberian kredit, risiko kegagalan pelaksanaan kontrak dan kegiatan pribadi yang mengandung risiko tinggi.

8. Dasar pengaturan anggaran biaya.
9. Pemberi rasa aman mengetahui risiko yang mungkin terjadi akan ditanggung oleh perusahaan asuransi.

Asuransi dapat digolongkan berdasarkan kriteria ada tidaknya kehendak bebas dari para pihak dalam penutupan asuransi, yaitu sebagai berikut:

1. Asuransi sukarela (*voluntary insurance*), yaitu suatu perjanjian asuransi yang terjadinya berdasarkan kehendak bebas dari para pihak yang mengadakannya.
2. Asuransi wajib (*compulsory insurance*), yaitu perjanjian asuransi yang terbentuk karena diharuskan oleh suatu peraturan perundang – undangan.

Apabila didasarkan pada tujuan diadakan perjanjian asuransi, asuransi dapat pula dibagi menjadi:

1. Asuransi komersial, yaitu asuransi yang diadakan oleh perusahaan asuransi sebagai bisnis yang tujuan utamanya adalah untuk memperoleh keuntungan. Oleh karena itu, besaran premi dan ganti kerugian ditentukan berdasarkan perhitungan ekonomis.
2. Asuransi sosial, yaitu asuransi yang diselenggarakan tidak dengan tujuan memperoleh keuntungan, tetapi bermaksud memberikan jaminan sosial kepada masyarakat.

Dari objek yang diasuransikan, asuransi dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Asuransi harta, yaitu asuransi yang menutup risiko atas kehilangan atau kerusakan harta benda dan kepentingan lain yang pada umumnya dapat dinilai dengan uang.

2. Asuransi tanggung jawab hukum, yaitu asuransi yang menjamin risiko yang berasal dari tuntutan yang timbul karena kelalaian atau kesalahan yang menimbulkan kerugian kepada pihak lain.
3. Asuransi jiwa, yaitu asuransi yang dikaitkan dengan hidup matinya seseorang, baik untuk jaminan kelangsungan pendapatan maupun untuk tujuan investasi, baik bagi diri tertanggung maupun bagi pihak yang ditunjuk atau penerima manfaat.

#### **2.2.4. Motivasi Menabung**

Motivasi menabung merupakan dorong untuk individu menyiapkan dana cadangan dan dapat digunakan sewaktu-waktu. Motif adalah kebutuhan yang memadai untuk mendorong seseorang untuk bertindak (Kotler, 2013:178). Motivasi menabung (*saving motives*) merupakan suatu motivasi bagi individu untuk menabung dalam rangka mempersiapkan masa depannya.

Motivasi menabung akan timbul pada diri seseorang sebagai akibat dari pemenuhan kebutuhan yang berorientasi masa depan serta pemenuhan kebutuhan yang bersifat mendesak. Motivasi menabung timbul karena adanya selisih antara penerimaan dan pengeluaran rumah tangga. Selain itu juga karena adanya upaya penekanan konsumsi sekarang untuk memperoleh konsumsi lebih pada masa yang akan datang Zakaria dan Azmi (2016). Menurut Mahdzan dan Victorian (2013) terdapat empat indikator motivasi menabung yaitu :

a. Motivasi Pencegahan (*Precautionary motives*)

Merupakan dorongan bagi individu untuk menyimpan uang sebagai antisipasi terhadap situasi yang tidak terduga di masa yang akan datang seperti kematian, sakit atau cacat. Permintaan akan asuransi jiwa dapat disebabkan oleh adanya ketidakpastian kapan seseorang akan meninggal, apakah terlalu cepat atau hidupnya terlalu lama.

b. Motivasi Siklus Hidup (*Life cycle motives*)

Merupakan dorongan bagi individu untuk menyimpan uang sebagai dana cadangan untuk menghadapi peristiwa besar dalam siklus kehidupan seperti kelahiran anak dan pendidikan anak.

c. Motivasi Warisan (*Bequest motives*)

Merupakan dorongan bagi individu untuk menyimpan uang dengan tujuan meninggalkan warisan kepada ahli waris atau penerima manfaat.

d. Motivasi Akumulasi Kekayaan (*Wealth accumulation motives*)

Merupakan dorongan bagi individu untuk menyimpan uang sebagai cara mengakumulasikan kekayaan yang dimiliki.

### 2.2.5. Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah pengetahuan dasar tentang pemahaman, pengelolaan keuangan, asuransi, investasi dan *saving* yang digunakan untuk menghindari kesalahan menggunakan produk keuangan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan, Literasi Keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*),

keyakinan (*confidence*), keterampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik.

Literasi keuangan melibatkan pengetahuan tentang konsep keuangan seperti bunga majemuk, perencanaan keuangan, hak konsumen dan nilai waktu uang. Dikatakan bahwa individu yang mempunyai pemahaman literasi keuangan yang baik melihat asuransi sebagai sarana investasi untuk perencanaan keuangan, dibandingkan individu dengan pemahaman literasi keuangan yang buruk Zakaria dan Asmi (2016). Literasi keuangan dideskripsikan sebagai kemampuan dalam merencanakan keuangan seseorang secara efektif dengan menggunakan tabungan untuk mengakumulasi kekayaan yang diikuti oleh pemeliharaan kekayaan secara hati-hati terhadap depresiasi dan kerugian nilai dan distribusi kekayaannya Mahdzan dan Victoria (2013). Literasi keuangan juga terkait kemampuan seseorang untuk memahami semua aspek keuangan, serta membuat keputusan yang tepat dalam menggunakan produk keuangan secara efisien dan efektif terkait juga dengan asuransi. Menurut Chen dan Vloppé (1998) terdapat empat indikator literasi keuangan yaitu :

a. Pengetahuan umum.

Merupakan serangkaian pemahaman mengenai panduan sistem keuangan dan beberapa hal yang berkaitan dengan konsep dasar tentang keuangan pribadi.

b. Pengelolaan keuangan.

Adalah keseluruhan kegiatan individu dalam manajemen keuangan pribadi dengan didasari oleh pemahamannya mengenai literasi keuangan.

c. Asuransi.

Merupakan pengetahuan atau konsep utama mengenai asuransi dan produk-produk asuransi seperti asuransi jiwa unit link dan asuransi kendaraan bermotor. Pengertian Unit Link adalah produk perusahaan asuransi jiwa yang menyatukan fungsi proteksi dan investasi, investasi diperlukan untuk mencapai tujuan keuangan, misalnya dana pendidikan dan dana pensiun.

d. Investasi.

Pengetahuan mengenai penanaman modal dalam jangka waktu tertentu untuk memperoleh profit yang diharapkan dengan tetap memperhatikan suku bunga pasar dan risiko investasi.

#### **2.2.6. Persepsi Individu**

Menurut Setiadi (2015:91) persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana pengertian sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi dapat didefinisikan juga sebagai tanggapan yang cepat dari indera penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna dan suara. Dengan adanya itu semua maka akan timbul persepsi. Jadi pengertian persepsi adalah proses bagaimana stimuli-stimuli itu diseleksi, diorganisasikan, dan diinterpretasikan. Persepsi adalah proses untuk memilih, mengatur dan menerjemahkan informasi demi menciptakan gambaran yang berarti (Kotler, 2013: 179). Menurut Hawkins, Mothersbaugh and Best (2007:282), persepsi adalah sebuah proses yang diawali dengan pemaparan konsumen dan perhatian terhadap rangsangan pemasaran

dan berakhir dengan penafsiran oleh konsumen. Berdasarkan pendapat Hawkins, Mothersbaugh and Best tersebut, terdapat tiga unsur-unsur dalam menciptakan persepsi, yaitu pemaparan (*exposure*), perhatian (*attention*), dan interpretasi (*interpretation*).

Asrori (2009:215) menyatakan bahwa persepsi sesungguhnya memerlukan proses belajar dan pengalaman. Hasil proses belajar dan interaksi seseorang akan memberikan pengalaman bagi dirinya untuk dapat membandingkan keadaan yang dihadapi. Tingkat persepsi seseorang terkait asuransi tergantung pada informasi apa yang diterima individu, persepsi tentang asuransi juga bisa dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu serta citra merek mewakili persepsi informasi dari pengalaman masa lalu terhadap merek asuransi. Persepsi memiliki sifat subjektif, persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan bervariasi.

Persepsi seseorang dapat dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Persepsi yang telah dihasilkan dapat berupa rangsangan positif dan negatif terhadap suatu produk Lestari & Djamaludin (2017). Ketika individu mempunyai persepsi terhadap sesuatu, tentunya dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan mereka terhadap apa yang dipersepsikan oleh individu. Menurut Mathur dan Paul (2015) indikator persepsi individu yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

a. Layanan

Merupakan proses pemenuhan jasa secara langsung dari pihak perusahaan asuransi dan dirancang sesuai dengan kebutuhan konsumen asuransi.



b. Kualitas

Merupakan suatu kondisi berkaitan dengan produk dan proses yang sesuai antara tujuan dan manfaatnya.

c. Harga

Merupakan nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Hal ini terkait dengan premi asuransi.

d. Reputasi perusahaan

Gambaran langsung yang berada di dalam pikiran konsumen, reputasi perusahaan membantu meningkatkan nilai perusahaan asuransi. Dapat mendukung pemasaran produk asuransi.

e. Manfaat nyata

Adalah keuntungan atau kegunaan produk asuransi yang langsung dapat dinikmati karena telah membayar premi asuransi.

f. Agen asuransi.

Seseorang yang memasarkan jasa asuransi untuk dan atas nama penanggung serta menjadi perantara kesepakatan antara tertanggung dan perusahaan asuransi (penanggung).

### 2.2.7. Keputusan Membeli

Dalam pengambilan keputusan membeli suatu produk, konsumen melalui beberapa tahap untuk menganalisis semua masukan yang akan digunakan dalam pengambilan keputusan membeli. Keputusan membeli merupakan tindakan seseorang

untuk membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung risiko yang mungkin ditimbulkannya (Sarini, 2013). Griffin dan Ebert (2006:290) menjelaskan bahwa keputusan membeli didasarkan pada motif yang rasional, motif emosional, atau keduanya. Motif rasional mencakup evaluasi yang logis atas sejumlah atribut produk seperti biaya, kualitas dan kegunaan. Motif emosional mencakup faktor – faktor non – objektif seperti kelas sosial dan estetika.

Kotler, (2013: 179) menjelaskan bahwa dalam melakukan pembelian produk atau jasa biasanya konsumen akan melalui proses yang dimulai dari tahapan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan pembelian dan evaluasi setelah pembelian.

#### **2.2.8. Pengaruh Motivasi Menabung (*Saving Motives*) Terhadap Keputusan Berasuransi**

Motivasi Menabung (*Saving motives*) merupakan suatu motivasi dalam diri seseorang untuk menabung yang timbul akibat adanya ketidakpastian di masa depan. Motivasi menabung (*saving motives*) memiliki pengaruh kuat dalam menciptakan niat seseorang untuk berasuransi. Pengelolaan kekayaan saat ini mempunyai berbagai alternatif diantaranya adalah membeli emas, gedung, surat berharga, obligasi serta memiliki asuransi (*unit link*). Banyaknya alternatif dalam pengelolaan kekayaan dikarenakan risiko kondisi ekonomi yang fluktuatif serta ketidakpastian akan risiko sakit atau kehilangan pendapatan. Hal ini yang menyebabkan asuransi dipandang

sebagai sarana investasi karena mendapatkan manfaat saat sakit atau menjadi warisan untuk keluarga yang ditinggal, sehingga meningkatkan permintaan akan asuransi Zakaria dan Asmi (2016).

Berdasarkan penelitian Mahdzan & Victorian (2013) terdapat empat indikator untuk motivasi menabung (*saving motives*) yaitu *precautionary motives*, *life cycle motives*, *wealth accumulation motives* dan *bequest motives*. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *saving motives* dan permintaan asuransi jiwa. *Precautionary motives* berpengaruh positif terhadap permintaan asuransi jiwa. Hal ini berarti bahwa individu lebih cenderung untuk menghindari risiko kehilangan pendapatan jika terjadi hal yang tidak terduga di masa yang akan datang. *Life cycle motives* juga berpengaruh positif terhadap permintaan asuransi jiwa. Artinya individu akan menggunakan asuransi untuk memastikan keamanan keuangan dimasa depan dalam menghadapi siklus kehidupan seperti pendidikan anak. Selain itu, *bequest motives* juga berpengaruh positif terhadap permintaan asuransi jiwa. Artinya, permintaan asuransi jiwa dipengaruhi oleh motif konsumen untuk meninggalkan warisan kepada ahli waris (tertanggung). Terakhir, *wealth accumulation motives* juga berpengaruh positif terhadap permintaan asuransi jiwa di Kuala Lumpur. *Wealth accumulation motives* mempunyai pengaruh paling besar dalam mempengaruhi permintaan asuransi jiwa di Kuala Lumpur. Hal ini menunjukkan bahwa penduduk Malaysia memandang asuransi sebagai jaminan jangka panjang untuk mengumpulkan kekayaan sehingga dapat digunakan di masa depan.

Berdasarkan penelitian Rui Yao dan Xiao (2014) menunjukkan bahwa motivasi menabung mempunyai pengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan menggunakan asuransi. Hal ini dilatar belakangi oleh tiga motivasi menabung yaitu untuk keadaan darurat, pendidikan anak-anak dan pensiun.

### **2.2.9. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Bersuransi**

Masalah keuangan tidak hanya muncul dari pendapatan yang rendah tetapi juga muncul akibat kesalahan pengelola keuangan. Individu dengan pemahaman literasi keuangan yang baik pastinya juga memiliki keahlian untuk mengatasi kesulitan keuangan, sehingga dapat meminimalisir dampak negatif akibat salah mengambil keputusan. Literasi keuangan dideskripsikan sebagai kemampuan dalam merencanakan keuangan seseorang secara efektif dengan menggunakan tabungan untuk mengakumulasi kekayaan yang diikuti oleh pemeliharaan kekayaan secara hati-hati terhadap depresiasi dan kerugian nilai dan distribusi kekayaannya Mahdzan dan Victoria (2013). Secara tidak langsung literasi keuangan mempunyai pengaruh terhadap permintaan asuransi. Proses yang terjadi diartikan sebagai sebuah informasi atas dasar perjanjian timbal balik diantara individu dan pihak perusahaan asuransi. Individu membayar sejumlah uang sesuai perjanjian serta menunjuk seorang ahli waris sebagai pihak ketiga.

Lin dan Hsiao (2017) menyatakan bahwa literasi keuangan memengaruhi keputusan seseorang untuk membeli asuransi jiwa dan aktif berpartisipasi dalam merencanakan kebutuhan finansial masa depan. Sedangkan hasil dari penelitian

Mahdzan dan Victorian (2013) menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi jiwa di Malaysia.

#### **2.2.10. Pengaruh Persepsi Individu Terhadap Keputusan Bersasuransi**

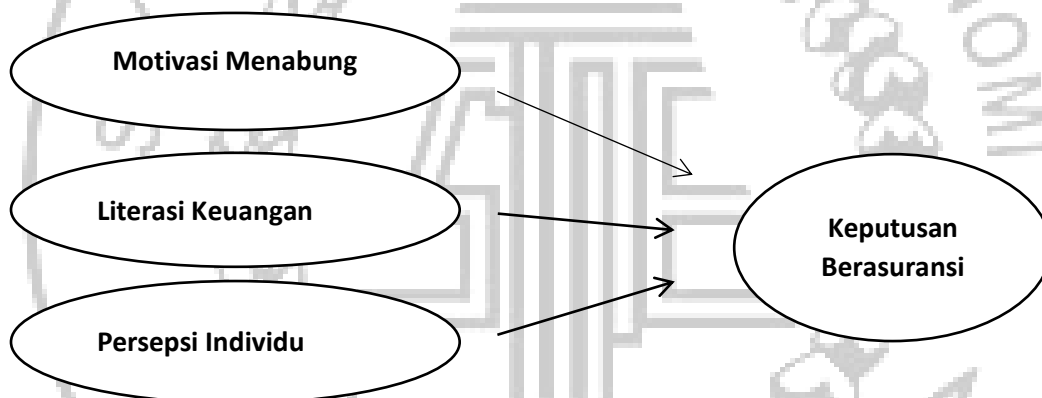
Pengaruh persepsi individu dalam keputusan menggunakan asuransi jiwa menyimpulkan bahwa perilaku seseorang untuk hidup sehat dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap ancaman yang disebabkan oleh nilai-nilai atau tindakan yang berkaitan untuk mengurangi timbulnya risiko Gedhe, Ayu dan Astiti (2014). Pemilihan asuransi oleh tiap individu merupakan hasil interpretasi persepsi yang baik pada asuransi tersebut oleh individu. Tingkat persepsi seseorang terkait asuransi tergantung pada informasi apa yang diterima individu, persepsi tentang asuransi juga bisa dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu serta citra merek mewakili persepsi informasi dari pengalaman masa lalu terhadap merek asuransi.

Faktor-faktor yang memiliki dampak terhadap persepsi adalah karakteristik individual meliputi sikap, kepentingan, minat, pengalaman dan harapan. Dapat disimpulkan bahwa harapan tiap individu dalam konteks penelitian ini adalah individu merasa butuh perlindungan di hari tua, dari kecelakaan ataupun dari kematian. faktor lain yang mempunyai pengaruh terhadap asuransi adalah situasi yang artinya dalam situasi mana persepsi itu timbul Robbins, Stephen, dan Judge (2008). Dari penjabaran diatas jika diterapkan pada penelitian ini adalah seseorang perlu menyadari bahwa asuransi yang dipilih dapat melindungi saat terjadi kecelakaan cacat, sakit kritis ataupun saat hari tua. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Gede, Ayu dan Astiti

(2014) menunjukkan bahwa persepsi individu terhadap asuransi secara parsial berpengaruh dalam pengambilan keputusan menggunakan asuransi jiwa.

### 2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini disusun guna mengetahui apakah motivasi menabung, literasi keuangan dan persepsi individu memiliki pengaruh terhadap keputusan berasuransi. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disusun model kerangka penelitian:



Sumber : Zakaria & Azmi (2016), Mahdzan & Victorian (2013), Lin & Hsiao (2017), Rui Yao & Xiao (2014), Dwi & Malelak (2015), Dalkilic & Kirkbesoglu (2015), Mathur & Paul (2015), Lestari & Djamaludin (2017), Abousi & Domfeh (2016), Gede, Ayu & Astiti (2014)

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Pemikiran**

#### **2.4. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan kerangka pemikiran yang telah dibentuk di atas, maka dapat ditarik hipotesis sebagai acuan dalam penelitian ini yang didasarkan teori dan penelitian terdahulu. Berikut adalah hipotesis yang dapat diajukan:

- H<sub>1</sub> : Motivasi menabung mampu memprediksi keputusan seseorang untuk berasuransi.
- H<sub>2</sub> : Literasi keuangan mampu memprediksi keputusan seseorang untuk berasuransi.
- H<sub>3</sub> : Persepsi individu mampu memprediksi keputusan seseorang untuk berasuransi.

