

**KOLABORASI RISET  
DOSEN DAN MAHASISWA**

**PENGETAHUAN KEUANGAN, SIKAP MONETER TERHADAP  
ASURANSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN  
MEMBELI ASURANSI DENGAN KECENDERUNGAN  
MEMBELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh :

**HANIFI KRISANTI**  
**2014210199**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2018**

**KOLABORASI RISET  
DOSEN DAN MAHASISWA**

**PENGETAHUAN KEUANGAN, SIKAP MONETER TERHADAP ASURANSI  
DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI  
ASURANSI DENGAN KECENDERUNGAN MEMBELI  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



OLEH:

**HANIFI KRISANTI**  
**2014210199**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2018**

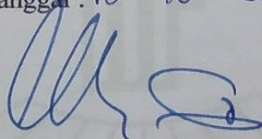
## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Hanifi Krisanti  
Tempat, Tanggal Lahir : Nganjuk, 14 Oktober 1996  
N.I.M : 2014210199  
Program Studi : Manajemen  
Program Pendidikan : Sarjana  
Konsentrasi : Manajemen Keuangan  
Judul : Pengetahuan Keuangan, Sikap Moneter terhadap Asuransi dan pengaruhnya terhadap Keputusan Membeli Asuransi dengan Kecenderungan Membeli sebagai Variabel Mediasi

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Dosen Pembimbing,

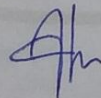
Tanggal : 10 - 10 - 2018



**(Mellyza Silvy, S.E., M.Si)**

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Tanggal : 11 - 10 - 2018



**(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)**

**FINANCIAL KNOWLEDGE, MONETARY ATTITUDES ON INSURANCE  
AND ITS INFLUENCE ON THE DECISION TO BUY INSURANCE  
WITH THE INCLINATION TO PURCHASE AS  
MEDIATION VARIABLE**

**Hanifi Krisanti**

STIE Perbanas Surabaya

Email : [2014210199@students.perbanas.ac.id](mailto:2014210199@students.perbanas.ac.id)

**Mellyza Silvy**

STIE Perbanas Surabaya

Email : [meliza@perbanas.ac.id](mailto:meliza@perbanas.ac.id)

Jalan Nginden Semolo 34-36 Surabaya

**ABSTRACT**

*The aim of this study is to examine the influence of financial knowledge and monetary attitude on insurance purchasing decision with the inclination to purchase as mediation variable. The number of respondents from this study are 295 respondents which have criteria such as having insurance and being a decision maker to buy insurance and live in Surabaya, Gresik and Tuban. The technique to analyze the data use Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) by using PLS 6.0 program. The results of this study explain that financial knowledge and monetary attitude have a significant positive influence on insurance purchasing decision, while the inclination to purchase can mediate the influence of monetary attitude on insurance purchasing decision.*

*Keywords : financial knowledge, monetary attitude, inclination to purchase, insurance purchasing decision*

**PENDAHULUAN**

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan untuk memiliki asuransi adalah *financial knowledge* yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Norma Yulianti dan Melliza Silvy (2013) yang menyatakan bahwa pengetahuan keuangan dan pengalaman keuangan berpengaruh terhadap perilaku perencanaan keuangan keluarga diantaranya perencanaan proteksi keluarga yaitu asuransi. Semakin tingginya harga-harga kebutuhan pokok dan tingginya tingkat inflasi terkadang membuat orang enggan untuk menisihkan dananya untuk membeli produk asuransi demi kebutuhan masa depannya. Agar seseorang lebih terarah dalam membuat keputusan dalam mengeluarkan uangnya

perlu adanya pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) yang dimiliki setiap orang. Saat semua kebutuhan sembako dan semua bahan mengalami kenaikan, tingkat pendapatan yang banyak akan sama saja apabila seseorang tidak dapat mengelola keuangannya dengan baik. Dengan mengelola keuangannya dengan baik, diharapkan seseorang dapat memperoleh manfaat yang maksimal dari pendapatan yang dimilikinya.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan membeli asuransi yaitu sikap moneter terhadap asuransi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Inti Dian Lisnawati, 2016) definisi dari sikap moneter terhadap asuransi yaitu persepsi konsumen terhadap asuransi sebagai suatu investasi yang menguntungkan. Persepsi konsumen

terhadap asuransi merupakan suatu proses dimana berbagai stimuli dipilih, diorganisir, dan diinterpretasi menjadi informasi yang bermakna (Ferrinadewi, 2008:42). Dalam hal ini para konsumen menganggap bahwa asuransi yaitu suatu tabungan yang suatu saatnya nanti dapat di ambil.

Kecenderungan membeli mencerminkan minat konsumen tersebut terhadap pembelian asuransi. Apabila konsumen memiliki dorongan yang kuat dari dalam dirinya akan cenderung untuk membeli layanan asuransi. Dorongan tersebut dapat berupa minat untuk membeli suatu produk. Minat beli sendiri merupakan tahap kecenderungan membeli konsumen untuk bertindak sebelum memutuskan membeli produk asuransi. Konsumen juga akan terdorong untuk membeli suatu produk jika manfaat yang didapatkan lebih besar dari pengorbanan yang dilakukan untuk membeli produk tersebut. Menurut (Ulbinaita, Kucinskiene & Moullec, 2013) Kecenderungan membeli memiliki beberapa indikator, diantaranya rasa aman dalam finansial dan psikologis, regulasi pemerintah, dan stabilitas keuangan di masa depan.

## **KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS Pengetahuan Keuangan**

Pada penelitian yang dilakukan oleh Lusardi dan Mitchel (2010) pengetahuan keuangan adalah sebagai pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat mengenai keuangan dan diterapkan dalam proses pengambilan keputusan dalam hidupnya. Seperti halnya yang dijelaskan oleh manurung (2009) pengetahuan keuangan juga diartikan sebagai sebuah ketrampilan yang akan memungkinkan responden dalam melakukan tindakan sesuai dengan sumber dana yang dimiliki. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ritma dan Untung (2015) menyatakan bahwa pengetahuan keuangan merupakan kebutuhan dasar

yang wajib dimiliki oleh masyarakat karena apabila tidak memiliki pengetahuan keuangan yang memadai, maka di masa depan masyarakat tersebut akan mengalami kesulitan keuangan dan tidak dapat menjamin hidupnya dimasa yang akan datang.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yopie Kurnia dan Dewi Astuti (2015) pengetahuan keuangan merupakan ketrampilan dari responden untuk mengetahui, menganalisa serta menerapkan kemampuan untuk mengelola sumber dana yang dimiliki agar tidak salah dalam membuat suatu keputusan dan terhindar dari masalah keuangan yang merugikan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Chen dan Volpe (1998) menjelaskan bahwa pengetahuan keuangan adalah memahami ilmu dasar keuangan serta dapat menerapkan dengan benar dalam mengelola dan mengambil keputusan keuangan. Menurut Chen dan Volpe (1998) terdapat 4 indikator mengenai pengetahuan keuangan, yaitu :

1. Pengetahuan umum keuangan
2. Tabungan dan pinjaman
3. Asuransi
4. Investasi.

## **Sikap Moneter**

Dalam penelitian yang dilakukan olehUlbinaita (2013) menjelaskan bahwa sikap moneter konsumen terhadap asuransi meliputi tiga aspek yaitu, asuransi memberikan keuntungan, asuransi menjaga keamanan dan asuransi sebagai investasi. Semakin baik persepsi konsumen terhadap asuransi maka akan semakin tinggi pula keputusan konsumen dalam membeli asuransi.

Sikap moneter konsumen terhadap asuransi merupakan persepsi konsumen terhadap asuransi sebagai suatu investasi yang menguntungkan (Inti Dian Lisnawati, 2016).Indikator penelitian ini diukur dengan pernyataan sebagai berikut (Ulbinaita, Kucinskiene, Moullec, 2013) :

1. Asuransi sebagai investasi
2. Asuransi menjaga keamanan
3. Asuransi memberikan keuntungan

### **Kecenderungan Membeli**

Kecenderungan merupakan sumber motivasi yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan apa yang dikehendaki. Kecenderungan ini dapat diartikan sebagai niat atau keinginan seseorang untuk bertindak sehingga memutuskan untuk membeli suatu produk. Konsumen akan menaruh minat terhadap suatu produk jika produk tersebut mempunyai manfaat yang besar terhadap dirinya. Sehingga konsumen akan termotivasi untuk membelinya. Menurut (Ulbinaita, Kucinskiene & Moullec, 2013) kecenderungan membeli konsumen mencerminkan minat konsumen tersebut terhadap pembelian asuransi. Konsumen akan cenderung membeli layanan asuransi jika memiliki dorongan yang kuat dari dalam dirinya. Variabel ini diukur dengan pernyataan sebagai berikut (Ulbinaita, Kucinskiene, Moullec, 2013) :

1. Asuransi memberikan rasa aman
2. Regulasi pemerintah
3. Stabilitas keuangan di masa depan

### **Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Keputusan Membeli Asuransi**

Pengetahuan keuangan akan mempengaruhi bagaimana seseorang menabung, berinvestasi, meminjam uang dan mengelola keuangannya, sehingga literasi keuangan akan mempengaruhi seseorang dalam berasuransi (Widdowson dan Hailwood, 2007). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Elvira Unola dan Nanik Linawati (2014) bahwa jika responden memiliki pengetahuan keuangan secara matang dan memadai maka semua kebutuhan keuangan responden dapat terpenuhi dan dapat mengurangi peluang terjadinya kesalahan dalam pengambilan keputusan keuangan. Mahdzan dan Tabiani (2013) menjelaskan bahwa dengan banyaknya pengetahuan

keuangan yang dimiliki akan lebih baik dalam mengambil keputusan keuangannya dan lebih efektif perilaku keuangannya, serta apabila seseorang dengan pengetahuan keuangan yang lebih tinggi akan lebih mampu mempersiapkan diri untuk masa depan dengan cara meningkatkan tabungan lebih baik lagi atau membeli produk asuransi. Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut

**H1 : Pengetahuan keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan membeli asuransi**

**Pengaruh sikap moneter terhadap keputusan membeli asuransi**

Sikap moneter konsumen terhadap asuransi tercermin pada adanya anggapan bahwa asuransi sebagai investasi, asuransi sebagai tabungan masa depan, asuransi menjadi proteksi dan asuransi memberikan keuntungan serta manfaat bagi konsumen (Inti Dian Lisnawati, 2016).

Apabila semakin baik persepsi konsumen pada asuransi maka akan semakin tinggi pula keputusan konsumen dalam membeli asuransi. Persepsi konsumen terhadap asuransi merupakan suatu proses dimana berbagai stimuli dipilih, diorganisir, dan diinterpretasi menjadi informasi yang bermakna (Ferrinadewi, 2008:42). Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut

**H2 : Sikap moneter berpengaruh positif terhadap keputusan membeli asuransi.**

**Kecenderungan Membeli memediasi pengaruh sikap moneter terhadap keputusan membeli asuransi**

Apabila seseorang melakukan pengelolaan keuangan yang baik dan menentukan sikap yang bijaksana, maka tujuan finansial di masa depan kita

akan tercapai. Merujuk pada jurnal (Inti Dian Lisnawati, 2016) menyatakan bahwa sikap konsumen terhadap asuransi tercermin pada adanya anggapan bahwa asuransi sebagai investasi masa depan, tabungan masa depan, perlindungan, memberikan keuntungan dan memberikan manfaat. Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa semakin baik persepsi konsumen pada asuransi maka akan makin tinggi juga keputusan konsumen dalam membeli asuransi. Pada penelitian ini kecenderungan membeli merupakan variabel mediasi yang akan mempengaruhi variabel keputusan membeli asuransi. Dengan menggunakan variabel mediasi, seseorang dapat menemukan pengaruh tidak langsung sikap terhadap keputusan asuransi melalui niat. Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut

**H3 :Kecenderungan Membeli memediasi pengaruh sikap moneter terhadap keputusan membeli asuransi**

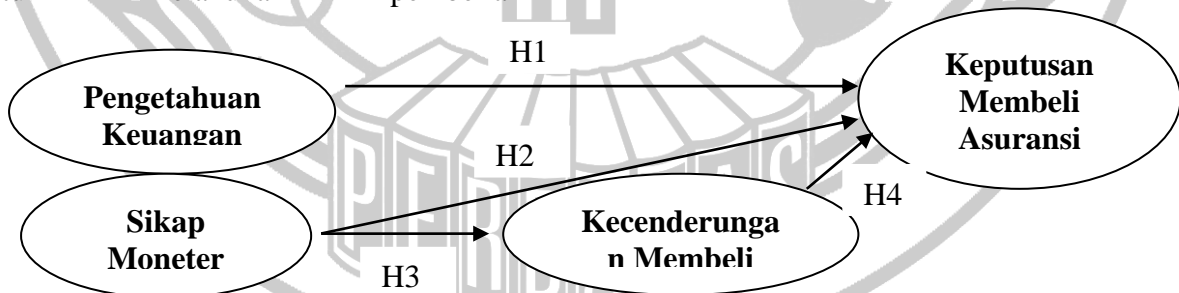
**Pengaruh Kecenderungan Membeli terhadap Keputusan Membeli Asuransi**

Kecenderungan membeli asuransi dapat diartikan sebagai minat individu untuk melakukan pembelian

asuransi. Kecenderungan membeli yaitu sebagai minat dan keinginan yang dimiliki seseorang untuk melakukan tindakan. Tahap kecenderungan untuk bertindak sebelum memutuskan membeli asuransi seseorang terlebih dahulu memiliki minat akan pembelian asuransi. Individu yang memiliki kecenderungan membeli yang tinggi, akan cenderung bersedia untuk menyisihkan sebagian uangnya untuk melakukan pembayaran premi asuransi sebagai jaminan atas stabilitas hidup di masa yang akan datang (Ulbinaita, *et al*, 2013). Kecenderungan membeli akan menjadi keputusan membeli asuransi apabila seseorang sudah memiliki minat dan keinginan yang tinggi akan asuransi. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Ulbinaita, *et al*, 2013) yang menjelaskan bahwa kecenderungan membeli berpengaruh positif pada keputusan pembelian asuransi.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut

**H4 :Kecenderungan membeli berpengaruh terhadap keputusan membeli asuransi**



**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran**

**METODE PENELITIAN**

**Klasifikasi Sampel**

Populasi pada penelitian ini adalah seseorang yang menggunakan jasa asuransi yang bertempat tinggal di wilayah

Surabaya, Gresik dan Tuban. Pada penelitian ini memilih sampel menggunakan metode sampel non probabilitas yang artinya tidak semua anggota dari populasi mampu menjadi sampel yang dipilih oleh

peneliti. Penelitian ini juga menggunakan teknik *purposive sampling* dengan tujuan untuk dilakukan analisis selanjutnya digunakan untuk menyimpulkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Selain itu peneliti juga menggunakan teknik *convenience sampling* supaya sampel yang diinginkan oleh peneliti mudah dijangkau sehingga informasi yang dibutuhkan peneliti mampu didapatkan dengan mudah. Kriteria sampel penelitian ini yaitu :

1. Responden pada penelitian ini yaitu para pengguna jasa asuransi jiwa dan / atau unit link.
2. Penyebaran kuesioner penelitian ini yaitu di wilayah Surabaya, Gresik dan Tuban.

### Data Penelitian

Data dari penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh langsung dari sumbernya melalui kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat dengan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian.

### Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen yaitu keputusan membeli asuransi, sedangkan variabel independen terdiri dari pengetahuan keuangan, sikap moneter dan kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi.

### DEFINISI OPERASIONAL

#### Pengetahuan Keuangan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Chen dan Volpe (1998) menjelaskan bahwa pengetahuan keuangan adalah memahami ilmu dasar keuangan serta dapat menerapkan dengan benar dalam mengelola dan mengambil keputusan keuangan.

Pengetahuan keuangan yang didapat dari jawaban responden nantinya akan dikategorikan menjadi tiga yaitu, pengetahuan keuangan tinggi, pengetahuan

keuangan sedang, dan pengetahuan keuangan rendah.

**Tabel 1**  
**Kategori Pengetahaun Keuangan**

SKOR	KATEGORI
< 60%	Pengetahuan Keuangan Rendah
60% - 79%	Pengetahuan Keuangan Sedang
>80%	Pengetahuan Keuangan Tinggi

Sumber: Chen dan Volpe (1998)

Dalam penelitian ini, untuk mengukur variabel pengetahuan keuangan menggunakan skalarasio, dengan penilaian benar atau salah. Berikut rumus perhitungan skala rasio :

$$\frac{\text{jumlah jawaban benar}}{\text{Total pertanyaan}} \times 100 =$$

#### Sikap Moneter

Sikap moneter konsumen terhadap asuransi merupakan persepsi konsumen terhadap asuransi sebagai suatu investasi yang menguntungkan (Inti Dian Lisnawati, 2016). Indikator penelitian ini diukur dengan pernyataan sebagai berikut (Ulbinaita, Kucinskiene, Moullec, 2013) :

Dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala *likert* , dengan pengukuran menggunakan skala 1 sampai 5 yaitu menyatakan 1. Sangat Tidak Setuju (STS) ; 2. Tidak Setuju (TS) ; 3. Kurang Setuju (KS) ; 4. Setuju (S) ; 5. Sangat Setuju (SS).

#### Kecenderungan Membeli

Variabel kecenderungan membeli untuk melakukan pembelian merupakan sumber motivasi yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan apa yang diinginkan. Dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner yang disebar kepada responden.

Dalam penelitian ini diukur menggunakan *skala Likert* dengan



ketentuan skala mulai satu sampai dengan lima, seperti : 1. Sangat Tidak Setuju (STS) ; 2. Tidak Setuju (TS) ; 3. Kurang Setuju (KS) ; 4. Setuju (S) ; 5. Sangat Setuju (SS).

### Keputusan Membeli Asuransi

Keputusan membeli asuransi merupakan kemauan untuk mengambil keputusan yang dilakukan individu saat dihadapkan dengan kebutuhan yang memerlukan proteksi atau tidak, seperti pembelian asuransi untuk meminimalisir risiko.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *Likert* dengan skala mulai dari satu sampai dengan lima, seperti : 1. Tidak Pernah (TP) ; 2. Kadang-kadang (KK) ; 3. Sering (S) ; 4. Sangat Sering (SS) ; 5. Selalu (SL).

### Alat Analisis

Dalam penelitian ini, analisis menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan alat uji PLS (*Partial*

*Least Square*) yang digunakan untuk mengetahui hubungan beberapa variabel independen (x) yaitu pengetahuan keuangan dan sikap moneter serta kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi terhadap variabel dependen (y) yaitu keputusan membeli asuransi.

### Uji Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan dengan tujuan memberikan gambaran mengenai variabel-variabel dalam penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Analisis deskriptif ini juga menjelaskan mengenai gambaran mengenai hasil jawaban rata-rata dari tanggapan responden pada masing-masing variabel. Skala pengukuran pada variabel pengetahuan keuangan menggunakan skala rasio sedangkan variabel sikap moneter, kecenderungan membeli dan keputusan membeli asuransi menggunakan skala *likert*.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

**Tabel 2**  
**TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL KEPUTUSAN MEMBELI**

Item	Pernyataan	Persentase Tanggapan Responden (%)					Skor Mean	Kesimpulan
		STS	TS	KS	S	SS		
KM1	Saya harus berkonsultasi dengan pihak penyedia asuransi sebelum membeli produk asuransi	Keputusan membeli sangat tinggi	0	6,78	50,17	43,05	4,36	Cukup memiliki perilaku menabung
KM2	Saya aktif berkomunikasi dengan pihak penyedia asuransi untuk mengklarifikasi pertanyaan – pertanyaan	Keputusan membeli sangat tinggi	0,34	5,76	53,56	40,34	4,34	Memiliki perilaku menabung
KM3	Saya menganalisis kontrak asuransi ketika saya membeli asuransi	Keputusan membeli sangat tinggi	0	6,44	56,27	37,29	4,31	Kurang memiliki perilaku menabung
KM4	Saya membeli produk asuransi sebagai proteksi masa depan	Keputusan membeli sangat tinggi	0	5,08	52,20	42,71	4,38	Cukup memiliki perilaku menabung
Rata-rata mean							4,35	Keputusan membeli sangat tinggi

Pada tabel 2 menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel keputusan membeli sangat tinggi dengan nilai rata-rata mean 4,35.

**Tabel 3**  
**TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL KECENDERUNGAN MEMBELI**

Variabel	Item	Pernyataan	Persentase Tanggapan Responden (%)					Skor Mean	Keterangan
			STS	TS	KS	S	SS		
Kecenderungan Membeli	KK1	Asuransi memberikan perasaan aman secara financial	0	0	23,73	58,98	17,29	3,94	Kecenderungan membeli tinggi
	KK2	Asuransi memberikan rasa aman secara psikologi	0	0	23,05	58,98	17,97	3,95	Kecenderungan membeli tinggi
	KK3	Pembelian layanan asuransi tidak diwajibkan secara hukum	0,68	2,71	22,71	45,42	28,47	3,98	Kecenderungan membeli tinggi
	KK4	Saya cenderung menyisihkan dana untuk membayar premi secara periodic	0	0,34	19,66	50,85	29,15	4,09	Kecenderungan membeli tinggi
Rata-rata mean							3,99	Kecenderungan membeli tinggi	

Pada tabel 3 menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel kecenderungan membeli tinggi dengan nilai rata-rata mean 3,99.

**Tabel 4**  
**TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL SIKAP MONETER**

Variabel	Item	Pernyataan	Persentase Tanggapan Responden (%)					Skor Mean	Keterangan
			STS	TS	KS	S	SS		
Sikap Moneter	SM1	Saya percaya bahwa asuransi sebagai alternatif infestasi	0	0,34	3,39	24,07	72,20	4,68	Sikap moneter sangat baik
	SM2	Saya percaya bahwa asuransi dapat membantu saat terjadi musibah	0	0	1,69	41,69	56,61	4,55	Sikap moneter sangat baik
	SM3	Saya merasa aman memiliki asuransi	0	0	3,39	50,51	46,10	4,43	Sikap moneter sangat baik
	SM4	Saya tahu bahwa asuransi dapat memproteksi diri saya	0	0,34	3,05	53,22	43,39	4,40	Sikap moneter sangat baik
	SM5	Asuransi dapat memberikan keuntungan	0	0,34	2,03	41,02	56,61	4,54	Sikap moneter sangat baik
	SM6	Asuransi memberikan imbal balik positif terhadap pemegang polis	0	0	2,33	47,80	49,83	4,47	Sikap moneter sangat baik
Rata-rata mean							4,51	Sikap moneter sangat baik	

Pada tabel 4 menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel sikap moneter sangat baik dengan nilai rata-rata mean 4,51.

**Tabel 5**  
**REKAP SKOR TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL**  
**PENGETAHUAN KEUANGAN BERDASARKAN KRITERIA**

Skor	Kriteria	Jumlah Responden	(%)
< 60	<i>Low</i>	3	1.01
60 - 79	<i>Medium</i>	42	14.23
≥ 80	<i>High</i>	250	84.74
Jumlah		295	100

Berikut adalah hasil penguraian dari tabel 5 menunjukkan bahwa mahasiswa di wilayah Surabaya mempunyai nilai rata-rata pengetahuan keuangan dengan nilai tinggi yang dibuktikan pada tabel 5 bahwa 250 responden memiliki nilai pengetahuan sebesar ≥80(Tinggi).

**Tabel 6**  
**HASIL ESTIMASI MODEL**

Hipotesis	Keterangan	Nilai Koefisien $\beta$	<i>P-Values</i>	Hasil Pengujian
H1	PK → KM	0.20	<0.01	H <sub>1</sub> diterima
H2	SM → KM	0.13	<0.01	H <sub>2</sub> diterima
H3	SM → KK	0.31	<0.01	H <sub>3</sub> diterima
H4	KK → KM	0.41	<0.01	H <sub>4</sub> diterima

### Hipotesis 1

Berdasarkan hipotesis satu dan gambar 4.7, hasil estimasi model pada variabel pengetahuan keuangan menunjukkan bahwa H<sub>1</sub> diterima, H<sub>0</sub> ditolak. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai koefisien  $\beta$  yang dimiliki oleh variabel pengetahuan keuangan yaitu sebesar positif 0,20. Artinya bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan membeli asuransi. Selain itu, variabel pengetahuan keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan membeli asuransi. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai p-value yaitu sebesar <0,01. Jika nilai p-value dibawah nilai  $\alpha$  yaitu sebesar 5% atau 0,05 maka variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan.

### Hipotesis 2

Berdasarkan hipotesis dua dan gambar 4.7 hasil estimasi model pada

variabel pengalaman positif menunjukkan bahwa H<sub>1</sub> diterima, H<sub>0</sub> ditolak. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai koefisien  $\beta$  yang dimiliki oleh variabel sikap moneter yaitu sebesar positif 0,13. Artinya bahwa sikap moneter berpengaruh positif terhadap keputusan membeli asuransi. Selain itu, variabel sikap moneter memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan membeli asuransi. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai p-value yaitu sebesar <0,01. Jika nilai p-value dibawah nilai  $\alpha$  yaitu sebesar 5% atau 0,05 maka variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan.

### Hipotesis 3

Berdasarkan hipotesis tiga dan gambar 4.7 hasil estimasi model pada variabel sikap moneter terhadap keputusan membeli asuransi yang dimediasi oleh kecenderungan membeli menunjukkan bahwa H<sub>1</sub> diterima, H<sub>0</sub> ditolak. Hal tersebut

dapat dilihat berdasarkan nilai *p-value* dari sikap moneter yaitu sebesar  $<0,01$ . Jika nilai *p-value* dibawah nilai  $\alpha$  yaitu sebesar 5% atau 0,05 maka variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan. Oleh karena itu, dapat dijelaskan bahwa variabel sikap moneter berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan membeli sehingga pengaruh variabel sikap moneter terhadap keputusan membeli asuransi dapat dimediasi oleh kecenderungan membeli.

Berdasarkan hasil kriteria penerimaan variabel mediasi dapat dijelaskan bahwa kecenderungan membeli memediasi secara parsial. Hal tersebut dapat dibuktikan pada pengaruh sikap moneter terhadap keputusan membeli asuransi berpengaruh signifikan serta pengaruh sikap moneter terhadap keputusan membeli asuransi yang dimediasi oleh kecenderungan membeli juga berpengaruh signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kecenderungan membeli memediasi secara parsial.

#### Hipotesis 4

Berdasarkan hipotesis empat dan gambar 4.7 hasil estimasi model pada variabel kecenderungan membeli menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima,  $H_0$  ditolak. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai koefisien  $\beta$  yang dimiliki oleh variabel kecenderungan membeli yaitu sebesar positif 0,41. Artinya bahwa

### PEMBAHASAN

#### 1. Pembahasan Hipotesis 1

Pengetahuan keuangan merupakan pengetahuan yang dimiliki seseorang mengenai pengetahuan keuangan secara umum, pengetahuan tentang pengelolaan keuangan, pengetahuan tentang asuransi dan pengetahuan tentang investasi (Chen and Volpe, 1998). Berdasarkan gambar 4.7 pengetahuan keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan membeli asuransi. Hal tersebut dapat dibuktikan karena apabila seseorang memiliki pengetahuan keuangan yang baik, maka individu tersebut akan cenderung lebih

kecenderungan membeli berpengaruh positif terhadap keputusan membeli asuransi. Selain itu, variabel kecenderungan membeli memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan membeli asuransi. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *p-value* yaitu sebesar  $<0,01$ . Jika nilai *p-value* dibawah nilai  $\alpha$  yaitu sebesar 5% atau 0,05 maka variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan.

**Tabel 7**  
**UJI SOBEL**

Keterangan	Nilai Koefisien $\beta$
SM $\rightarrow$ KM	0.13
SM $\rightarrow$ KK $\rightarrow$ KM	$0.31 * 0.41 = 0.127$

Sumber : diolah

Berdasarkan pada tabel 4.14 dapat dijelaskan bahwa pengaruh sikap moneter terhadap keputusan membeli asuransi secara langsung memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan dengan pengaruh sikap moneter terhadap keputusan membeli asuransi secara tidak langsung melalui kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien  $\beta$  pada sikap moneter terhadap keputusan membeli asuransi yaitu sebesar  $\beta$  0,13 sedangkan pada sikap moneter terhadap keputusan membeli asuransi dengan kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi memiliki nilai  $\beta$  hanya 0,127.

memikirkan dirinya dan keluarganya untuk melakukan pembelian asuransi. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurul Shahnaz Mahdza & Sarah Margaret Peter Victorian (2013) dan Nilufer Dalkilic & Erdem Kirkbesoglu (2015) pada variabel pengetahuan keuangan terhadap keputusan membeli asuransi juga memperoleh hasil positif signifikan. Pembelian asuransi bertujuan agar masyarakat terproteksi.

Data responden menunjukkan bahwa responden memiliki rata-rata pengetahuan keuangan yang tinggi atau nilai diatas

80 yaitu sebesar 250 responden, artinya bahwa responden dalam penelitian ini memiliki pengetahuan keuangan yang tinggi dan sebagai pemilik polis asuransi. Dalam variabel pengetahuan keuangan, pada indikator asuransi memiliki nilai rata-rata yang tinggi yaitu sebesar 89.83, hal tersebut dikarenakan responden merupakan pengambil keputusan asuransi dan memiliki polis asuransi. Menurut Yopie Kurnia dan Dewi Astuti (2015) pengetahuan keuangan merupakan ketrampilan dari responden untuk mengetahui, menganalisa serta menerapkan kemampuan untuk mengelola sumber dana yang dimiliki agar tidak salah dalam membuat suatu keputusan dan terhindar dari masalah keuangan yang merugikan. Hal tersebut terbukti bahwa responden yang memiliki asuransi rata-rata memiliki pengetahuan yang tinggi dari 295 responden, 250 responden memiliki pengetahuan keuangan yang tinggi.

## 2. Pembahasan Hipotesis 2

Menurut hasil estimasi model gambar 4.7 menyatakan bahwa sikap moneter konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan membeli asuransi. Hal ini dibuktikan dengan variabel sikap moneter sudah valid jika dilihat dari nilai *loading factor*-nya. Menurut nilai *loading factor* dan AVE maka dapat diketahui bahwa variabel sikap moneter sudah valid. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ulbinaite, Kucinskiene dan Moullec (2013) dan Inti Dian Lisnawati (2016) bahwa sikap moneter berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan membeli asuransi.

Sikap moneter konsumen terhadap asuransi merupakan persepsi konsumen terhadap asuransi sebagai suatu investasi yang menguntungkan Inti Dian Lisnawati (2016). Sikap moneter konsumen berarti persepsi yang dimiliki seseorang bahwa asuransi sebagai investasi, asuransi menjaga keamanan dan asuransi memberikan keuntungan. Apabila seseorang memiliki sikap moneter terhadap asuransi yg tinggi, dan

menganggap bahwa asuransi merupakan suatu investasi yang menguntungkan, maka semakin tinggi pula seseorang untuk mengambil keputusan membeli asuransi.

## 3. Pembahasan Hipotesis 3

Hasil dari pengaruh sikap moneter terhadap keputusan membeli asuransi dapat dimediasi oleh kecenderungan membeli. Berdasarkan hasil estimasi model dapat dijelaskan bahwa sikap moneter berpengaruh positif signifikan terhadap kecenderungan membeli, kemudian kecenderungan membeli berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan membeli. Kecenderungan membeli memediasi secara parsial pengaruh sikap moneter terhadap keputusan membeli. Artinya bahwa semakin baik sikap moneter konsumen terhadap asuransi maka semakin tinggi kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian asuransi dan berpengaruh terhadap keputusan membeli yang tinggi. Apabila semakin buruk sikap moneter konsumen terhadap asuransi maka semakin rendah kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian asuransi yang dapat berakibat terhadap keputusan membeli yang rendah.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ulbinaite, et al (2013) yang menyatakan bahwa sikap moneter berpengaruh tidak langsung terhadap keputusan membeli asuransi. Artinya bahwa sikap moneter secara tidak langsung bisa mempengaruhi keputusan membeli asuransi seseorang tetapi harus membentuk kecenderungan membeli seseorang untuk mempengaruhi keputusan membeli asuransi. Kecenderungan membeli merupakan langkah awal untuk memunculkan keputusan pembelian asuransi. Apabila seseorang telah memiliki sikap moneter terhadap asuransi yang baik, maka akan memiliki kecenderungan membeli asuransi yang berperan dalam memediasi individu dalam pengambilan keputusan pembelian asuransi.

#### 4. Pembahasan Hipotesis 4

Berdasarkan Gambar 4.7 menunjukkan hasil dari penelitian ini bahwa kecenderungan membeli berpengaruh positif terhadap keputusan membeli asuransi. Artinya bahwa semakin tinggi kecenderungan individu, maka akan semakin mendorong individu untuk membuat keputusan membeli asuransi. Kecenderungan membeli mencerminkan minat individu tersebut terhadap pembelian asuransi. Individu akan cenderung membeli layanan asuransi jika memiliki dorongan yang kuat dari dalam dirinya.

Kecenderungan atau keinginan seseorang untuk membeli asuransi akan mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan membeli asuransi. Seseorang yang memiliki kecenderungan membeli yang tinggi maka tinggi pula keputusan pembelian asuransinya. Sebaliknya seseorang yang memiliki kecenderungan membeli yang rendah maka rendah pula keputusan pembelian asuransinya.

Apabila dilihat dari hasil rata-rata tanggapan responden menyatakan bahwa rata-rata responden memiliki kecenderungan pembelian yang tinggi yaitu sebesar 3,99. Jawaban responden bahwa responden memiliki kecenderungan dalam menyisihkan dananya untuk membayar premi secara periodik pada item pernyataan KK4 sebanyak 4,09% memiliki nilai rata-rata paling tinggi. Hal tersebut dapat dibuktikan bahwa responden rela menyisihkan dananya untuk membayar premi demi mendapatkan perasaan aman secara finansial dan psikologis. Hal ini dikarenakan individu merasa mendapatkan perlindungan atas diri dan asetnya dari asuransi. Dengan hal tersebut individu merasa perlu untuk membeli layanan asuransi. Hasil penelitian ini serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ulbinaite, *et al* (2013) yang mengidentifikasi bahwa kecenderungan untuk pembelian jasa asuransi berpengaruh

positif terhadap keputusan responden untuk membeli asuransi.

#### KESIMPULAN

1. Hasil pengujian hipotesis satu membuktikan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan membeli asuransi. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan keuangan yang dimiliki seseorang, maka akan semakin baik pula seseorang dalam mengambil keputusan membeli asuransi.
2. Hasil pengujian hipotesis dua membuktikan bahwa sikap moneter berpengaruh positif terhadap keputusan membeli asuransi. Hal tersebut berarti bahwa semakin baik sikap moneter konsumen terhadap asuransi seseorang maka semakin tinggi pula kesadaran seseorang dalam mengambil keputusan membeli asuransi.
3. Hasil pengujian hipotesis tiga membuktikan bahwa sikap moneter dapat dimediasi oleh kecenderungan membeli. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi sikap moneter seseorang, maka akan semakin baik kecenderungan seseorang terhadap keputusan membeli asuransi.
4. Hasil pengujian hipotesis empat membuktikan bahwa kecenderungan membeli berpengaruh positif terhadap keputusan membeli asuransi. Hal tersebut berarti bahwa semakin seseorang memiliki kecenderungan membeli maka akan semakin mengambil keputusan membeli asuransi.

#### KETERBATASAN PENELITIAN

1. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel bebas yaitu pengetahuan keuangan dan sikap moneter terhadap keputusan pembelian asuransi dengan kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi, responden pada

penelitian ini yaitu hanya para pengguna jasa asuransi, penyebaran kuesioner penelitian ini yaitu di wilayah Surabaya, Gresik dan Tuban.

2. Berdasarkan hasil *R-Squared* ( $R^2$ ) pengaruh variabel sikap moneter terhadap keputusan membeli asuransi yang dimediasi oleh kecenderungan membeli yaitu sebesar 24 persen maka menunjukkan model rendah karena memiliki nilai *R-Squared* ( $R^2$ ) hanya sebesar 24% sehingga ada 76% dipengaruhi variabel lain di luar model penelitian ini.

#### SARAN

1. Selain variabel pengetahuan keuangan, sikap moneter, kecenderungan membeli, peneliti selanjutnya dapat melakukan modifikasi model yang dihasilkan dalam penelitian saat ini dengan memasukkan variabel lain yang secara teoritis berpengaruh terhadap keputusan membeli asuransi atau dengan menambah variabel moderasi.
2. Dalam pembuatan kuesioner disarankan bagi peneliti selanjutnya agar tidak mengulang pertanyaan atau pernyataan yang mewakili indikator yang sama sehingga pertanyaan dan pernyataan tidak terlalu banyak.
3. Pada penyebaran kuesioner peneliti selanjutnya dapat menambahkan kriteria responden secara umum yaitu responden sebagai pemegang polis asuransi maupun responden yang belum memiliki asuransi.
4. Wilayah penyebaran kuesioner disarankan agar dapat memperluas lingkup wilayah penelitian.

#### Saran Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan mampu meningkatkan kesadaran akan proteksi diri sendiri maupun proteksi harta dan benda dengan meningkatkan pengetahuan keuangan dan sikap moneter konsumen terhadap asuransi.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Chen, Hdan Volpe. R.P. 1998.” An Analysis of Personal Literacy Among Collage Students”. *Financial Service Review*. Vol.7. No.2. Pages 107-128.
- Dalkilic, Nilufer., Kirkbesoglu, Erdem. 2015. The Role Of Financial Literacy On The Development of Insurance Awareness, *International Journal of Economics and Finance*, Vol. 7, No.8, p 272-280.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. Merek dan Psikologi Konsumen. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley
- Hermawati, Sri. 2013. Pengaruh Gender, Tingkat Pendidikan dan Usia Terhadap Kesadaran Berasuransi Pada Masyarakat Indonesia, *Jurnal Asuransi dan Manajemen Risiko*, Februari, Vol 1, No.1, p.53-69.
- Imam Ghozali, 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi 2. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Imam Ghozali dan Hengky Latan. 2014. *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 4.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Inti Dian Lisnawati (2016). “Pengaruh Aksestabilitas, Kompetensi, Sikap Moneter, dan Pengalaman Positif Pengguna Jasa Asuransi Prudential di Yogyakarta” *Jurnal Manajemen* Vol. 6 N0. 1 Juni 2016

- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Sembilan*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip. (2009). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Lusardi, A., Mitchell, O., dan Curto, V. 2010. Financial Literacy Among The Young. *Journal of Consumers Affairs*, 44(2), 358-380.
- Mariana M & Rachellika D. 2015. "Pengaruh Faktor Sosio-Demografi, Motif Menabung, dan Financial Literacy Terhadap Permintaan Asuransi Jiwa". *FINESTA*. Vol. 3 (2). P 55-60.
- Mahdzan, N. S., & Victorian, S. M. P. (2013). The determinants of life insurance demand: A focus on saving motives and financial literacy. *Asian Social Science* Vol.9.No.5, 274-284.
- Naila Al Kholila dan Rr.Iramani. 2013. "Studi Financial Management Behavior pada Masyarakat Surabaya". *Journal of Business and Banking*. Vol.3 No.1.Mei.Hal 69-80.
- Norma Yulianti dan Melliza Silvy. 2013. "Sikap Pengelolaan Keuangan dan Perilaku Perencanaan Investasi Keluarga di Surabaya". *Journal of Business and Banking*. Vol.3 No.1.Mei.Hal.57-68.
- Serlie Littik. 2013. "Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Kepemilikan Asuransi di Provinsi Nusa Tenggara Timur". *MKM*, Vol.03 (02) : Hal.1-3.
- Shafii, Z., Abiddin, Z., dan Ahmad, A. R. 2009. Ethnic Heterogeneity in the Malaysia Economy: A Special Reference to the Ethnic Group Participation in Financial Planning Activities. *Journal of International Social Research*, 2(8), 394-401.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2. 1992.
- Ulbinaitė A., Kucinskiene M., & Moullec Y. L. (2013). "Determinants of Insurance Purchase Decision Making in Lithuania". *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 2013, 24(2), 144-159
- Vincentius Andrew & Nanik L. (2014). Hubungan Faktor Demografi dan Pengetahuan Keuangan dengan Perilaku Keuangan Karyawan Swasta di Surabaya. *FINESTA* Vol. 2 No.2, 35-39.
- Wang, Y ., & YU, C. (2015). Social Interaction-based Consumer Decision-Making Model in Social Commerce : The Role of Word of mouth and Observational Learning. *International Journal of Information Management*, 9(11)
- Widdowson, D., & Hailwood, K. (2007). Financial Literacy and its role in promoting a sound Financial System. *Reserve of New Zealand* Vol.70 No. 2, 37-47.