

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terlebih dahulu merupakan dasar penyusunan dari penelitian ini untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Berikut merupakan beberapa penelitian tentang permintaan asuransi, antara lain:

2.1.1 Mahdzan & Peter Victorian (2013)

Penelitian Mahdzan & Peter Victorian dengan judul “*The Determinants of Life Insurance Demand: A Focus on Saving Motives and Financial Literacy*” bertujuan untuk menguji pengaruh variabel demografis, *saving motives*, dan literasi keuangan terhadap permintaan asuransi jiwa. Sampel yang digunakan sebanyak 259 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah ANOVA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel sosial-demografis dan *saving motives* berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi jiwa.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Variabel bebas yang digunakan yaitu *saving motives* dan demografi (tingkat pendidikan),
2. Variabel terikat yang digunakan yaitu permintaan asuransi,
3. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu:

1. Penelitian terdahulu tidak menggunakan kompetensi perusahaan sebagai variabel bebas,

2. Penelitian terdahulu tidak menggunakan kecenderungan sebagai variabel mediasi,
3. Peneliti terdahulu menggunakan variabel terikat permintaan asuransi jiwa di Kuala Lumpur, sedangkan peneliti menggunakan variabel terikat permintaan asuransi jiwa di Indonesia.

2.1.2 Ulbinaitė, Kučinskienė, & Le Moullec (2013)

Penelitian Ulbinaitė et al., dengan judul “*Determinants of Insurance Purchase Decision Making in Lithuania*” bertujuan untuk menentukan faktor-faktor yang menjelaskan keputusan pembelian layanan asuransi warga negara Lithuania. Sampel yang digunakan sebanyak 336 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah Multiple Linear Regression Analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan kondisi asuransi, kompetensi penyedia layanan asuransi, sikap moneter konsumen terhadap asuransi, pengalaman positif konsumen dan kemungkinan untuk mengurangi jumlah premi yang dibayarkan untuk asuransi berpengaruh signifikan terhadap pembelian layanan asuransi

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu :

1. Variabel bebas yang digunakan yaitu kompetensi penyedia layanan asuransi,
2. Variabel mediasi yang digunakan yaitu kecenderungan membeli.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu:

1. Penelitian terdahulu tidak menggunakan *saving motives* sebagai variabel bebas,

2. Responden yang digunakan penelitian terdahulu adalah warga negara Lithuania, sedangkan responden yang digunakan peneliti adalah warga negara Indonesia.

2.1.3 Hermawati (2013)

Penelitian Sri Hermawati dengan judul **“Pengaruh Gender, Tingkat Pendidikan dan Usia Terhadap Kesadaran Berasuransi pada Masyarakat Indonesia”**

bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari faktor individual dalam hal usia, gender, dan tingkat pendidikan terhadap kesadaran masyarakat untuk berasuransi. Sampel yang digunakan sebanyak 350 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis manova. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan pengetahuan dan pemahaman akan asuransi jiwa pada berbagai usia responden, gender berpengaruh hanya pada perbedaan pemahaman akan asuransi jiwa, tingkat pendidikan mempengaruhi kesadaran akan asuransi jiwa.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah :

Peneliti terdahulu menggunakan tingkat pendidikan sebagai variabel bebas

Perbedaan peneliti yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Peneliti terdahulu tidak menggunakan kompetensi perusahaan dan *saving motives* sebagai variabel bebas,
2. Peneliti terdahulu tidak menggunakan kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi,

2.1.4 Lisnawati, I. D. (2016)

Penelitian Lisnawati, I. D. dengan judul “**Pengaruh Aksestabilitas, Kompetensi, Sikap moneter, dan Pengalaman Positif Pengguna Jasa Asuransi Jiwa prudential di Yogyakarta**” bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian asuransi prudential di Yogyakarta. Teknik analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akseptabilitas kondisi asuransi, kompetensi penyedia jasa asuransi, sikap moneter konsumen terhadap asuransi, dan pengalaman positif berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian asuransi prudential di Yogyakarta.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah :

Penelitian terdahulu menggunakan kompetensi penyedia jasa asuransi sebagai variabel bebas.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu :

1. Penelitian terdahulu menggunakan keputusan membeli asuransi sebagai variabel terikat, sedangkan peneliti menggunakan permintaan asuransi
2. Penelitian terdahulu tidak menggunakan *saving motives* sebagai variabel bebas, dan kecenderungan sebagai variabel mediasi.
3. Penelitian terdahulu hanya mengambil sampel di Yogyakarta, sedangkan peneliti mengambil sampel di Gerbangkertosusila.

2.1.5 Cuandra & Liani (2019)

Penelitian Cuandra & Liani dengan judul “**Analisis Pengaruh Faktor Demografi, Financial Literacy, dan Saving Motives Terhadap Permintaan Asuransi Jiwa**

Unit-Link Di Kota Batam” bertujuan untuk menguji pengaruh faktor demografi, *financial literacy*, dan *saving motives* terhadap permintaan asuransi unit-link di kota Batam. Sampel yang digunakan sebanyak 258 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah Multiple Regression Analysis (MRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial literacy* dan *precautionary motive* tidak memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan untuk faktor demografi, *life cycle motive*, *wealth accumulation motive* terbukti berpengaruh signifikan positif, dan untuk *bequest motive* memiliki pengaruh signifikan negatif.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Variabel bebas yang digunakan yaitu *saving motives* dan demografi (tingkat pendidikan),
2. Variabel terikat yang digunakan yaitu permintaan asuransi,
3. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Peneliti terdahulu mengambil sampel di Batam, sedangkan peneliti mengambil sampel di Gerbangkertosusila,
2. Teknik pengambilan sampel peneliti terdahulu menggunakan metode *random sampling*, sedangkan peneliti menggunakan metode *purposive sampling* dan *snowball sampling*.
3. Metode analisis yang digunakan peneliti terdahulu adalah MRA, sedangkan peneliti menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modelling*.

2.1.6 Kristina Mersis & Meliza Silvy (2019)

Penelitian Kristina Mersis dan Melliya Silvi dengan judul **“Pengaruh *saving motives*, kompetensi dan pengalaman positif terhadap keputusan membeli asuransi dengan kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi”** bertujuan untuk menguji pengaruh *saving motives*, kompetensi, dan pengalaman positif terhadap keputusan membeli asuransi dengan kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi. Sampel yang digunakan sebanyak 295 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah aplikasi PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *saving motives*, pengalaman positif dan kompetensi berpengaruh signifikan positif pada keputusan membeli asuransi. Sedangkan, kecenderungan membeli memediasi kompetensi dan pengalaman positif.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Variabel bebas yang digunakan yaitu kompetensi dan *saving motives*,
2. Variabel mediasi yang digunakan yaitu kecenderungan,
3. Penelitian terdahulu menggunakan aplikasi PLS-SEM sebagai alat uji,
4. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Penelitian terdahulu hanya mengambil sampel di Surabaya, Gresik dan Tuban, sedangkan peneliti mengambil sampel di Gerbangkertosusila.
2. Variabel terikat yang digunakan peneliti terdahulu yaitu keputusan membeli asuransi jiwa, sedangkan peneliti menggunakan permintaan asuransi jiwa.

Tabel 2.1
PENELITIAN TERDAHULU

Keterangan	Mahdzan, N. S., & Victorian, S. M	Ulbinaitė, A., et. al.	Sri Hermawati	Lisnawati, I. D.	Cuandra and Liani	Kristina Mersis dan Melliya Silvi
Variabel Bebas	Faktor demografis, <i>saving motives</i> , dan literasi keuangan	<i>The acceptability of insurance conditions, insurance service providers competence, consumers monetary attitude towards insurance, positivity of consumers insurance experience, possibility to reduce the amount of premiums payable for insurance</i>	Pengaruh Gender, Tingkat Pendidikan dan Usia Terhadap Kesadaran Berasuransi pada Masyarakat Indonesia	Akseptabilitas kondisi asuransi, kompetensi penyedia jasa asuransi, sikap moneter konsumen terhadap asuransi, dan pengalaman positif konsumen berasuransi	Faktor demografi, <i>financial literacy</i> , dan <i>saving motives</i>	<i>Saving motives</i> , kompetensi dan pengalaman positif
Variabel Terikat	Permintaan asuransi	Keputusan konsumen untuk membeli asuransi	Kesadaran berasuransi	Keputusan membeli asuransi	Permintaan asuransi jiwa unit-link	Keputusan membeli asuransi
Variabel Mediasi	-	Kecenderungan konsumen untuk membeli asuransi	-	-	-	Kecenderungan membeli asuransi
Populasi	Pengguna asuransi jiwa di Kuala Lumpur	Pengguna asuransi di Lithuania	Indonesia	Pengguna asuransi prudential di daerah Sleman, Kulonprogo, dan Yogyakarta	Pengguna asuransi jiwa unit-link	Pengguna asuransi jiwa di Surabaya, Gresik, dan Tuban
Periode	2013	2013	2013	2016	2019	2019
Teknik Analisis	ANOVA	MRA	Manova	Model regresi linier berganda	MRA	SEM
Sampel	259 responden	336 responden	350 responden	-	258 responden	295 responden

Sumber: Mahdzan and Peter Victorian (2013), Ulbinaitė, A., et. al (2013), Hermawati (2013), Lisnawati, I. D. (2016), Cuandra and Liani (2019) Kristina Mersis & Meliza Silvy (2019)

2.2 Landasan Teori

Dalam landasan teori ini terdapat berbagai macam teori yang dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian.

2.2.1 *Wealth Management*

Menurut Muslem (2016) *Wealth Management* adalah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana melindungi kekayaan dan menjaga kekayaan, bagaimana mengumpulkan dan mengembangkan kekayaan, dan bagaimana mewariskan kekayaan dan menghadapi masa pensiun. Menurut (*Wealth Management : Tata Kelola "Ikatan Bankir Indonesia,"* 2017), *Wealth Management* mempunyai tiga pilar utama sebagai penyangga arsitektur manajemen kekayaan yaitu *Wealth Protection and Preservation*, *Wealth Growth and Accumulation*, dan *Wealth Distribution and Transition*

1. Pilar Pertama: Proteksi dan Pemeliharaan Kekayaan (*Wealth Protection and Preservation*)

Melindungi dan menjaga nilai kekayaan berarti *wealth management* akan melakukan tindakan proteksi dan preservasi atas nilai suatu aset atau kekayaan sehingga nilainya tidak berkurang atau hilang karena faktor-faktor ekonomi dan keuangan. Pilar 1 ini terdiri dari empat bagian, yaitu asuransi, *hedging*, *trust*, dan diversifikasi.

2. Pilar Kedua: Akumulasi dan Pertumbuhan Kekayaan (*Wealth Growth and Accumulation*)

Mengakumulasikan dan menumbuhkan nilai kekayaan berarti *wealth management* akan melakukan strategi investasi yang mampu menambah

nilai kekayaan sehingga membawa kesejahteraan finansial bagi pemilik kekayaan. Pilar kedua terdiri dari manajemen pajak, manajemen investasi, *business venture*, dan manajemen uang.

3. Pilar Ketiga: Distribusi dan Transisi Kekayaan (*Wealth Distribution and Transition*)

Mendistribusikan dan mentransisi nilai kekayaan berarti *wealth management* akan membantu pemilik kekayaannya kepada para ahli waris sehingga ada jaminan atas keadilan, dan juga menghindari perselisihan. Pilar ketiga terdiri dari *esate* (waris) dan pensiun.

2.2.2 Asuransi Jiwa

Asuransi merupakan salah satu pilar dalam *Wealth Management* yaitu pada pilar pertama untuk memproteksi aset yang dimiliki seseorang. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2014 pasal 1 ayat 1 (Otoritas Jasa Keuangan, 2016) tentang Perasuransian, Asuransi adalah perjanjian antara dua pihak yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis, dimana pemegang polis yang menjadi dasar bagi penerimaan premi oleh perusahaan asuransi sebagai imbalan untuk memberi pergantian kepada pemegang polis asuransi atas kerugian, kerusakan, biaya yang timbul dan lain-lain yang mungkin diterima tertanggung atau pemegang polis atas kejadian yang tidak terduga. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2019) asuransi pada umumnya dibagi menjadi empat jenis yakni (1) Asuransi Kerugian, (2) Asuransi Jiwa, (3) BPJS Kesehatan dan (4) BPJS Ketenagakerjaan.

Keempat jenis tersebut memiliki fungsi untuk melakukan proteksi atas kejadian yang tidak terduga, salah satunya adalah asuransi jiwa. Menurut Asosiasi

Asuransi Jiwa Indonesia (2018c), asuransi jiwa adalah perlindungan dalam bentuk pengalihan risiko ekonomis atas meninggal atau hidupnya seseorang yang akan dipertanggungjawabkan. Terdapat empat jenis asuransi jiwa yaitu (1) asuransi jiwa berjangka, (2) asuransi jiwa seumur hidup, (3) asuransi jiwa dwiguna, dan (4) asuransi jiwa unit link.

2.2.3 Permintaan Asuransi Jiwa

Menurut Mahdzan and Peter Victorian (2013), permintaan asuransi adalah kemauan dan kemampuan individu untuk menggunakan produk asuransi. Sehingga dapat disimpulkan permintaan asuransi jiwa merupakan kemauan atau keinginan untuk membeli asuransi sebagai kebutuhan memproteksi kejadian tidak terduga yang didukung dengan kemampuan sesuai pendapatan individu. Penggunaan asuransi jiwa termasuk dalam bagian *wealth management* pada pilar pertama yakni mengenai proteksi dan pemeliharaan kekayaan (*Wealth Protection and Preservation*) yang menunjukkan bahwa asuransi melindungi dan menjaga nilai kekayaan dengan melakukan proteksi. Berdasarkan penelitian Mahdzan & Peter Victorian (2013) indikator untuk mengukur permintaan asuransi jiwa adalah premi tahunan yang bersedia dibayarkan oleh pemegang polis asuransi jiwa.

2.2.4 Tingkat Pendidikan

Berdasarkan UU RI Nomor 20 Pasal 1 Tahun 2003 (Dikti, 2003) tentang Sistem Pendidikan Nasional, Tingkat pendidikan merupakan tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai, dan kemampuan yang dikembangkan. Menurut UU RI Nomor 20 Pasal 14 Tahun 2003, Tingkat pendidikan terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan

menengah, dan pendidikan tinggi. Pendidikan dasar merupakan jenjang pendidikan yang melandasi jenjang pendidikan dasar seperti Sekolah Dasar (SD), serta Sekolah menengah Pertama (SMP). Pendidikan menengah merupakan lanjutan pendidikan dasar, seperti Sekolah Menengah Atas (SMA). Selanjutnya, pendidikan tinggi merupakan tingkat pendidikan setelah menengah yang mencakup program pendidikan diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doktor yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi.

2.2.5 Saving Motives

Saving motives merupakan motif individu untuk menyisihkan sebagian pendapatannya untuk menabung dengan tujuan yang dapat digunakan dimasa yang akan datang. Menurut Mahdzan & Peter Victorian (2013) terdapat empat aspek dalam *saving motives* yaitu *precautionary motive*, *bequest motive*, *life cycle motive*, *wealth accumulation motive*. Motif pertama, *precautionary* merupakan motif individu untuk menyisihkan sebagian pendapatannya sebagai pencegahan untuk menghindari risiko atas kehilangan pendapatan karena ketidakpastian dalam hidupnya. Motif kedua, *bequest motive* merupakan motif individu untuk menyisihkan sebagian pendapatannya sebagai warisan, dimana motif ini mengacu pada individu untuk meninggalkan warisan kepada keluarga terdekat atau kepada tanggungan individu tersebut. Motif ketiga, *life cycle motive* merupakan motif individu untuk menyisihkan sebagian pendapatannya dalam menghadapi setiap peristiwa siklus hidup yang tidak pasti. Motif terakhir, *wealth accumulation motive* merupakan motif individu menyisihkan pendapatannya untuk mengakumulasikan

kekayaan yang dimiliki. Berikut ini merupakan dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur pengaruh *saving motives* (Mahdzan & Peter Victorian, 2013) :

1. *Precautionary motives*,
2. *Bequest motives*,
3. *Life cycle motives*,
4. *Wealth accumulation motives*.

2.2.6 Kompetensi Perusahaan

Kompetensi perusahaan adalah kemampuan perusahaan menyediakan layanan yang kompeten dan peduli untuk memenuhi kebutuhan nasabah (Ulbinaitè et al., 2013). Ulbinaitè et al., (2013) mengungkapkan bahwa kepercayaan kepada perusahaan asuransi merupakan faktor utama ketika nasabah akan membeli sebuah produk asuransi. Kepercayaan tersebut diperoleh dari beberapa hal yakni dengan memberikan kesepakatan terbaik, memberikan bantuan yang kompeten dan penjelasan mengenai produk asuransi kepada nasabah. Pertama, memberikan kesepakatan terbaik artinya perusahaan dapat memberikan beberapa produk yang sesuai dengan kemampuan nasabah. Kedua, bantuan yang kompeten artinya perusahaan dapat menyarankan beberapa produk sesuai dengan kebutuhan nasabah, dan yang terakhir menjelaskan produk asuransi artinya perusahaan dapat memberikan penjelasan mengenai produk asuransi kepada nasabah sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan nasabah. Nasabah membutuhkan penyedia layanan yang kompeten, peduli, dan dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Berikut ini merupakan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel kompetensi perusahaan asuransi (Ulbinaitè et al., 2013):

1. Kualitas penyedia layanan asuransi
2. Kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen

2.2.7 Kecenderungan Membeli

Kecenderungan membeli merupakan minat konsumen yang timbul untuk membeli produk yang dirasa bermanfaat, sehingga konsumen tersebut akan membeli produk atas dasar keinginannya (Ulbinaitė et al., 2013). Menurut Ulbinaitė et al., (2013), minat konsumen dapat muncul apabila konsumen merasa bahwa membeli produk asuransi memiliki manfaat yang dapat dirasakan, sehingga konsumen akan melakukan tindakan atas dasar keinginannya untuk membeli produk asuransi. Pembelian asuransi akan memberikan perasaan aman, baik secara finansial maupun psikologi. Hal tersebut dapat menimbulkan kecenderungan seseorang untuk membeli produk asuransi. Berikut ini merupakan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel kecenderungan membeli (Ulbinaitė et al., 2013):

1. Mencari rasa aman dan perlindungan.
2. Regulasi pemerintah.
3. Kondisi keuangan masa depan.

Rasa aman yang dimaksud dalam penelitian tersebut merupakan faktor keuangan dan rasa aman secara psikologis individu. Regulasi pemerintah merupakan hal-hal yang berkaitan dengan pembelian asuransi secara sukarela atau asuransi yang bukan diwajibkan dalam peraturan pemerintah. Kondisi keuangan masa depan yang dimaksud adalah menggunakan sebagian pendapatan untuk membeli premi asuransi sebagai jaminan stabilitas keuangan dimasa yang akan datang.

2.2.8 Pengaruh tingkat pendidikan terhadap permintaan asuransi

Tingkat pendidikan merupakan tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai, dan kemampuan yang dikembangkan. Berdasarkan penelitiannya, Mahdzan & Peter Victorian (2013) menunjukkan bahwa tingkat pendidikan secara signifikan berpengaruh terhadap permintaan asuransi jiwa. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara kelompok tingkat pendidikan dan permintaan individu untuk asuransi jiwa. Individu dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi, maka akan memiliki permintaan asuransi yang lebih tinggi pula. Pernyataan tersebut didukung dalam penelitian Hermawati (2013), dimana Sri Hermawati menyatakan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh terhadap kesadaran dalam berasuransi. Menurut penelitian Cuandra & Liani (2019), tingkat pendidikan juga berpengaruh signifikan positif terhadap permintaan asuransi.

2.2.9 Pengaruh *saving motives* terhadap permintaan asuransi

Berdasarkan penelitian Mahdzan & Peter Victorian, (2013), *saving motives* berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi jiwa di Kuala Lumpur. Menurut penelitian Mahdzan & Peter Victorian (2013) terdapat empat aspek dalam *saving motives* yaitu *precautionary motive*, *bequest motive*, *life cycle motive*, *wealth accumulation motives*. Hal tersebut menunjukkan bahwa penduduk di Kuala Lumpur membeli asuransi sebagai *precautionary motive* untuk menyisihkan sebagian pendapatannya sebagai pencegahan untuk menghindari risiko atas kehilangan pendapatan, *bequest motive* untuk meninggalkan warisan kepada keluarga, *life cycle motive* untuk melakukan antisipasi untuk menghadapi setiap

peristiwa siklus hidup yang tidak pasti, dan *wealth accumulation motive* untuk mengakumulasikan kekayaan yang dimiliki.

Wealth accumulation motive memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap permintaan asuransi, yang artinya individu lebih cenderung membeli asuransi untuk mengakumulasikan kekayaan, kemudian diikuti oleh *bequest motive*, *life cycle motives*, dan *precautionary motive*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin individu ingin mengakumulasikan kekayaannya, ingin mempersiapkan warisan, ingin melakukan antisipasi dalam siklus hidup yang tidak pasti, dan ingin melakukan pencegahan atas kehilangan pendapatannya, maka semakin tinggi pula permintaan asuransi. Penelitian tersebut juga didukung dalam penelitian Cuandra (2019), akan tetapi hanya *life cycle motives* dan *wealth accumulation motives* yang berpengaruh signifikan positif terhadap permintaan asuransi unit-link di Batam.

Berkaitan dengan *wealth management*, asuransi merupakan salah satu dalam pilar pertama dimana asuransi dapat melindungi dan menjaga nilai kekayaan. Asuransi akan melakukan tindakan proteksi dan preservasi atas nilai suatu aset atau kekayaan sehingga nilainya tidak berkurang atau hilang karena faktor-faktor ekonomi dan keuangan.

2.2.10 Pengaruh kompetensi perusahaan terhadap permintaan asuransi

Menurut Ulbinaitè et al., (2013), konsumen membutuhkan penyedia layanan asuransi yang kompeten, peduli, dan mampu menyediakan pelayanan terbaik untuk nasabah. Ulbinaitè et al., (2013) menyatakan bahwa kompetensi penyedia layanan asuransi berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian asuransi. Selain itu, penelitian tersebut juga didukung dalam penelitian Lisnawati (2016) yang

menyatakan bahwa kompetensi penyedia jasa asuransi berpengaruh signifikan terhadap pembelian asuransi. Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kompetensi penyedia layanan asuransi, maka semakin tinggi pula tingkat permintaan produk asuransi. Kompetensi penyedia asuransi yang dikatakan baik adalah perusahaan asuransi yang kompeten, peduli, dan mampu menyediakan pelayanan terbaik untuk konsumen. Sehingga semakin perusahaan asuransi tersebut kompeten, peduli, dan mampu menyediakan pelayanan terbaik, maka semakin tinggi tingkat permintaan asuransi.

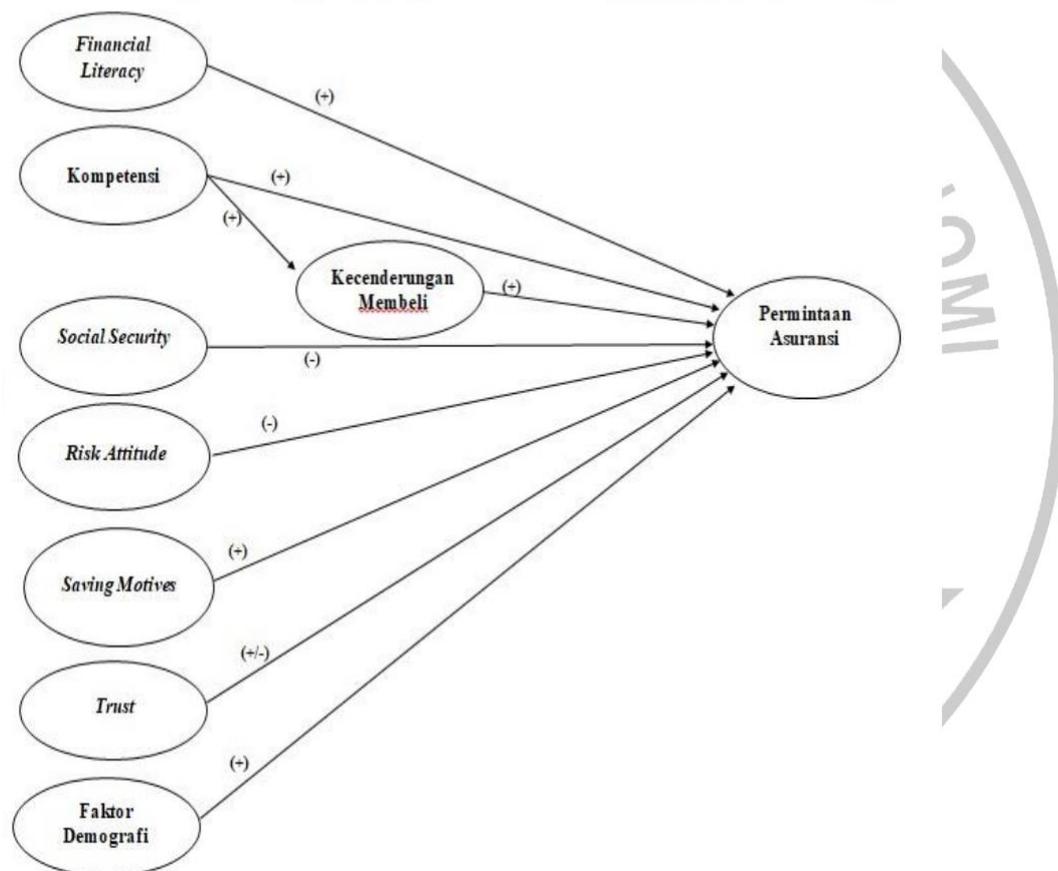
2.2.11 Kecenderungan membeli memediasi pengaruh kompetensi perusahaan terhadap permintaan asuransi

Menurut Ulbinaitè et al., (2013), minat konsumen dapat muncul apabila konsumen merasa bahwa membeli produk asuransi memiliki manfaat yang dapat dirasakan, sehingga konsumen akan melakukan tindakan atas dasar keinginannya untuk membeli produk asuransi. Perusahaan yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dapat memicu kecenderungan seseorang untuk membeli produk asuransi. Ulbinaitè et al., (2013) menyatakan bahwa kecenderungan membeli dapat memediasi kompetensi perusahaan asuransi terhadap permintaan asuransi. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kompetensi perusahaan asuransi, maka semakin tinggi pula kecenderungan membeli asuransi. Semakin tinggi kecenderungan membeli asuransi, maka semakin tinggi pula permintaan asuransi. Sehingga semakin perusahaan asuransi tersebut kompeten, peduli, dan mampu menyediakan

pelayanan terbaik, maka semakin tinggi kecenderungan individu untuk membeli produk asuransi.

2.3 Kerangka Pemikiran

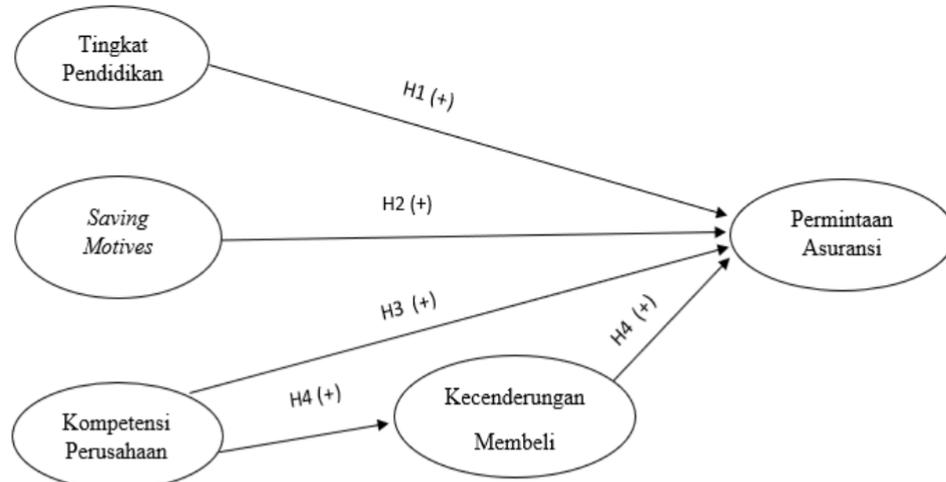
Penelitian yang saat ini dilakukan merupakan penelitian kolaborasi riset antara dosen dan mahasiswa. Berikut ini merupakan kerangka pemikiran kolaborasi:



Sumber : Eugster et al. (2011), Mahdzan & Vectorian (2013), Ulbinaite, A., et. Al (2013), Mien, N.T.N. et al (2015), Oktavianus Taroreh1 et al (2015), Lisnawati, I.D (2016), Herdjiono, I. et al (2016), Lin, C. et al (2017), Sin, T.S. et al (2017), Cuandra & Liani (2019), Kristina Mersis dan Melliyza Silvi (2019)

Gambar 2.1
KERANGKA PENELITIAN KOLABORASI

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disusun kerangka pemikiran sebagai berikut:



Sumber : Lisnawati, I. D. (2016), Mahdzan, N. S., & Victorian, S. M. (2013), Ulbinaite, A., et. al (2013), Cuandra & Liani (2019), Kristina Mersis & Meliza Silvy (2019)

Gambar 2.2
KERANGKA PENELITIAN

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, berikut hipotesis dalam penelitian ini:

H1 : Tingkat pendidikan berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi.

H2 : *Saving motives* berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi.

H3 : Kompetensi perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi.

H4 : Kecenderungan membeli memediasi pengaruh kompetensi perusahaan terhadap permintaan asuransi .