

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *RISK ATTITUDE*, TINGKAT
PENDAPATAN, DAN KOMPETENSI PERUSAHAAN TERHADAP
PERMINTAAN ASURANSI DENGAN KECENDERONGAN
MEMBELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

ARTIKEL ILMIAH

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



Oleh :

SHANIA AYANDA NUR
2016210155

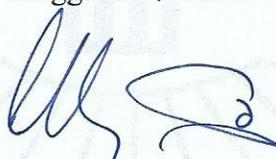
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2020**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Shania Ayanda Nur
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 04 Juli 1998
N.I.M : 2016210155
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Judul : Pengaruh Literasi Keuangan, *Risk Attitude*, Tingkat Pendapatan, dan Kompetensi Perusahaan Terhadap Permintaan Asuransi Dengan Kecenderungan Membeli Sebagai Variabel Mediasi

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 21 FEBRUARI 2020



Meliza Silvy, S.E., M.Si.
NIDN. 0701037201

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen
Tanggal : 24 FEBRUARI 2020



Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D
NIDN. 0719047701

**THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, RISK ATTITUDE,
INCOME, AND COMPANY COMPETENCIES TOWARD
INSURANCE DEMAND WITH INCLINATION TO
PURCHASE AS MEDIATING VARIABLE**

Shania Ayanda Nur
2016210155

Email : 2016210155@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effect of financial literacy, risk attitude, income company competencies on insurance demand with inclination to purchase as mediating variabel. The number of respondent of this study are 242 respondents which have criteria such as minimum age 24 years old and lived in Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, and Lamongan. The technique to analyze the data uses Partial Least Square Equation Modeling (PLS-SEM) using the WarpPLS 6.0 program. The results of this study explain that financial literacy, risk attitude, and company competence do not have a significant effect on insurance demand, income has a significant positive effect on insurance demand, and inclination to purchase can mediate the effect of company competence toward insurance demand.

Keywords: financial literacy, risk attitude, income, company competency, inclination to purchase, insurance demand.

PENDAHULUAN

Dibutuhkan perencanaan yang baik agar kehidupan saat ini maupun nanti akan terjamin sejahtera, termasuk perencanaan keuangan atau kekayaan. Selain perencanaan yang baik, keuangan atau kekayaan, juga harus dikelola dengan baik agar nantinya kita tidak akan kesulitan. Kegiatan pengelolaan ini dikenal sebagai *Wealth Management* atau Pengelolaan Kekayaan. *Wealth Management*, secara umum, merupakan proses atau kegiatan mengelola aset seseorang atau keluarga yang telah digunakan dan nilainya dapat meningkat atau menurun seiring berjalannya waktu (Amanda, Possumah and Firdaus, 2018). *Wealth management* memiliki tiga pilar utama yang menyangga kegiatan ini, yaitu (1) *Wealth Protection & Preservation*, (2) *Wealth Growth & Accumulation*, dan (3) *Wealth Distribution & Transition* (Sajangbati, 2013). Pilar yang pertama, proteksi dan preservasi kekayaan, bertujuan untuk melindungi kekayaan. Contoh

produk dari pilar yang pertama adalah asuransi, lindung nilai (*hedge*), diversifikasi, dan lain sebagainya. Pilar yang kedua, pertumbuhan dan akumulasi, berfokus pada pertumbuhan kekayaan. Contoh produk dari pilar yang kedua adalah manajemen pajak, manajemen investasi, dan lainnya. Pilar yang ketiga, bertujuan untuk mendistribusikan kekayaan. Contoh produk dari pilar yang ketiga adalah warisan dan dana pensiun (cwma.or.id, no date).

Pilar yang pertama adalah *Wealth Protection & Preservation* atau proteksi dan pemeliharaan kekayaan. Tidak dapat dipungkiri bahwa selama hidup manusia juga memerlukan proteksi dari hal-hal tidak diinginkan yang bisa saja terjadi di masa depan. Kita menyebutnya sebagai risiko. Risiko tidak dapat dihindari maupun dihilangkan, tetapi risiko dapat diminimalisir dan dialihkan. Untuk memproteksi diri dari

risiko, kita dapat mengalihkan risiko tersebut dengan menggunakan produk asuransi.

Asuransi secara umum juga khusus memiliki fungsi dan keuntungan yang sangat banyak. Penting untuk memahami fungsi dan keuntungan dari asuransi. Walaupun begitu, tingkat literasi produk asuransi di Indonesia masih rendah. Hal ini terbukti dari hasil riset OJK mengenai literasi keuangan masyarakat Indonesia. Penduduk Indonesia yang terliterasi akan produk asuransi dengan baik hanya sebesar 17,84% dan sebanyak 39,80% masyarakat Indonesia tidak terliterasi (Firlu and Indonesia, 2017).

Fenomena kurangnya literasi terhadap produk asuransi di Indonesia ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, misalnya seperti variabel *financial literacy* atau literasi keuangan tentang produk asuransi. Chen & Volpe (1998) berpendapat bahwa rendahnya pengetahuan keuangan akan membuat keputusan berdasarkan informasi seseorang menjadi terbatas. Begitu pula menurut (Lin, Hsiao and Yeh, 2017) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara positif signifikan terhadap permintaan asuransi. Walaupun, (Mahdzan and Peter Victorian, 2013) berpendapat bahwa permintaan asuransi tidak dipengaruhi oleh literasi keuangan.

Variabel *Risk Attitude* atau sikap terhadap risiko juga dapat memengaruhi seseorang dalam permintaan asuransi. Menurut Sin & Chee (2017), individu yang menghindari risiko cenderung mencari perlindungan dengan membeli asuransi jiwa untuk mengalihkan risiko terhadap mereka.

Variabel lainnya yang juga dapat memengaruhi permintaan asuransi adalah tingkat pendapatan seseorang. Pendapatan, menurut kbbi.kemendikbud.go.id (2016), adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya). Pendapatan juga menurut id.wikipedia.org (2019) merupakan jumlah uang yang diterima dari suatu kegiatan/aktivitas, misalnya bekerja atau berdagang. Mahdzan & Peter Victorian (2013) berpendapat bahwa individu dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung untuk merasakan tanggung jawab dalam menyikapi manajemen keuangan, sehingga mereka akan menggunakan pendapatan mereka untuk investasi, proteksi, dan lainnya. Pendapat dari Mahdzan & Peter Victorian (2013) bertentangan dengan pendapat dari Nurhayati

& Lestari (2018) yang menyatakan bahwa tingkat pendapatan berpengaruh tidak signifikan terhadap permintaan asuransi.

Variabel selanjutnya yang juga dapat mempengaruhi permintaan asuransi adalah kompetensi perusahaan. Kompetensi perusahaan merupakan kemampuan perusahaan menyediakan layanan yang kompeten dan peduli untuk memenuhi kebutuhan nasabah (Ulbinaitė, Kučinskienė and Le Moullec, 2013a). Di antara perusahaan asuransi terjadi persaingan yang semakin tajam. Perusahaan asuransi perlu mengubah paradigma pemasaran lama ke paradigma baru. Paradigma baru ini adalah bagaimana cara terbaik perusahaan asuransi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan individu (Esau, 2015).

Selain yang sudah disebutkan, terdapat variabel mediasi 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, Kučinskienė and Le Moullec, 2013a). Minat konsumen dapat muncul jika konsumen merasa membeli produk asuransi memiliki manfaat yang dapat dirasakan, sehingga konsumen akan melakukan tindakan atas dasar keinginannya untuk membeli produk asuransi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif literasi keuangan, tingkat pendapatan, kompetensi perusahaan dan pengaruh negatif *risk attitude* terhadap permintaan asuransi serta melihat kecenderungan membeli dapat memediasi kompetensi perusahaan.

RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Wealth Management

Menurut Amanda *et. al.* (2018), secara umum, *Wealth Management* adalah sebuah proses pengelolaan aset individu atau sebuah keluarga yang telah dipakai yang nilainya sewaktu-waktu bisa bertambah ataupun berkurang. Amanda *et. al.* (2018) juga mengatakan bahwa mempelajari tentang *Wealth Management* artinya belajar tentang bagaimana menjaga dan menyimpan kekayaan, bagaimana cara menghasilkan dan menumpuk kekayaan, mewariskan kekayaan

juga menghadapi transisi dan pensiun. Dari sini dapat disimpulkan bahwa *wealth management* memiliki tiga pilar utama, yaitu (1) proteksi dan preservasi kekayaan, (2) pertumbuhan dan akumulasi kekayaan, (3) distribusi dan transisi kekayaan. Pilar yang pertama, proteksi dan preservasi kekayaan, bertujuan untuk melindungi kekayaan.

Permintaan Asuransi

Menurut Mahdzan & Peter Victorian, (2013) permintaan asuransi didefinisikan sebagai kemauan dan kemampuan individu untuk menggunakan produk asuransi. 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. Untuk mengukur permintaan asuransi jiwa digunakan indikator yang dirujuk dari Mahdzan & Peter Victorian, (2013) yaitu premi asuransi.

Literasi Keuangan

Firli & Indonesia (2017) menyatakan literasi keuangan merupakan perpaduan dari pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan perilaku keuangan. Menurut Lin et al., (2017) literasi keuangan merupakan pengetahuan dan kemampuan seseorang dalam merencanakan keuangan atau kekayaannya. Adapun literasi keuangan menggunakan indikator pengetahuan dasar (umum), pengetahuan asuransi, pengetahuan investasi, pengetahuan kredit.

Risk Attitude

Risiko atau *Risk* didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dapat memberikan dampak positif maupun negatif kepada individu atau lebih. Sikap atau *Attitude* didefinisikan sebagai keadaan pikiran, pandangan mental, atau disposisi yang berkaitan dengan fakta atau keadaan. Menurut Hillson & Murray-Webster (2016) *risk attitude* dapat didefinisikan sebagai respon yang dipilih untuk persepsi ketidakpastian yang signifikan. Secara sederhana, *risk attitude* merupakan

sikap seseorang terhadap risiko. Untuk mengukur *risk attitude*, indikator yang digunakan merujuk pada Sin and Chee (2017), yaitu menyikapi masalah dan sikap terhadap hal-hal baru.

Tingkat Pendapatan

Pendapatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (diakses pada 01 Oktober 2019), adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya). Fautngiljanan, Soegoto, & Uhing (2014) berpendapat bahwa pendapatan bersih seseorang merupakan keseluruhan jumlah penghasilan yang diterima oleh seseorang sebagai balas jasa atas hasil. Seperti yang diberitakan oleh Rika (2019) dari CNN Indonesia, BPS mencatat bahwa produk domestik bruto (PDB) atas dasar berlaku tahun 2018 adalah sebesar Rp. 13.588,9 Triliun. Dengan PDB sebesar itu, maka rata-rata pendapatan per orang mencapai Rp. 56.000.000 per tahun atau sekitar Rp. 4.666.000 juta per bulan. Untuk mengukur variabel tingkat pendapatan menggunakan satuan rupiah.

Kompetensi Perusahaan

Kompetensi perusahaan merupakan kemampuan perusahaan menyediakan layanan yang kompeten dan peduli untuk memenuhi kebutuhan nasabah (Ulbinaitė, Kučinskienė and Le Moullec, 2013a). Ulbinaitė et al., (2013) menyatakan bahwa kepercayaan nasabah kepada perusahaan asuransi merupakan faktor utama ketika nasabah akan membeli sebuah produk asuransi. Kepercayaan tersebut diperoleh dari beberapa faktor yakni dengan memberikan kesepakatan terbaik, memberikan bantuan yang kompeten, dan penjelasan mengenai produk asuransi kepada nasabah. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel kompetensi perusahaan asuransi yaitu, kualitas penyedia layanan asuransi, kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen

Kecenderungan Membeli

Kecenderungan membeli merupakan minat konsumen yang timbul untuk membeli produk yang dirasa bermanfaat, sehingga konsumen tersebut

akan membeli produk atas dasar keinginannya Ulbinaitè et al., (2013). 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. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel kecenderungan membeli yaitu, Mencari rasa aman dan perlindungan, Regulasi pemerintah, Kondisi keuangan masa depan.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Permintaan Asuransi

Tingkat literasi yang rendah akan membatasi kemampuan seseorang untuk membuat keputusan berdasarkan informasi (Chen & Volpe, 1998). Literasi keuangan merupakan masalah yang sangat penting ketika mengukur kesehatan finansial. Semakin baik literasi keuangan seseorang, maka permintaan asuransi akan semakin tinggi.

H₁ : Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi.

Pengaruh Risk Attitude terhadap Permintaan Asuransi

Sikap seseorang terhadap risiko ada tiga, yaitu (1) *Risk Averse*, (2) *Risk Neutral*, (3) *Risk Seeker* (Ayu Wulandari and Iramani, 2014). *Risk Averse* merupakan orang yang tidak suka terhadap risiko dan cenderung menghindari risiko. *Risk Neutral* merupakan orang yang netral terhadap risiko. *Risk Seeker* merupakan orang yang menyenangi risiko. Seseorang yang memiliki sikap menghindari risiko diharapkan memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk membeli asuransi jiwa sebagai proteksi dari kejadian-kejadian tidak terduga, misalnya seperti kematian dini (Sin & Chee, 2017).

H₂ : *Risk attitude* berpengaruh negatif signifikan terhadap permintaan asuransi.

Pengaruh Tingkat Pendapatan terhadap Permintaan Asuransi

Pendapatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (diakses pada 01 Oktober 2019), adalah hasil kerja (usaha dan

sebagainya). Fautngiljanan, Soegoto, & Uhing (2014) berpendapat bahwa pendapatan bersih seseorang merupakan keseluruhan jumlah penghasilan yang diterima oleh seseorang sebagai balas jasa atas hasil. Menurut Mahdzan & Victorian (2013), individu dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung lebih bertanggung jawab dalam menyikapi manajemen keuangannya, seperti menyimpan uang atau berinvestasi.

H₃ : Tingkat pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap Permintaan Asuransi.

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. Kompetensi penyedia layanan asuransi berpengaruh positif 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.

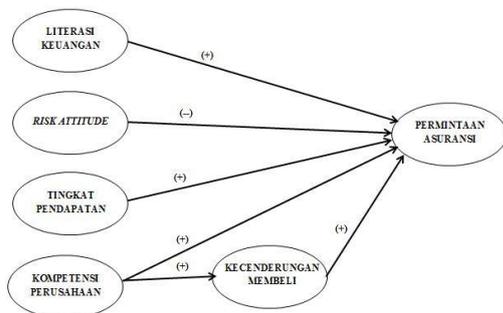
H₄ : Kompetensi perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Permintaan Asuransi.

Kecenderungan Membeli Memediasi 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. Kecenderungan membeli dapat memediasi kompetensi perusahaan asuransi terhadap permintaan asuransi. Hal tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan membeli memediasi kompetensi perusahaan terhadap permintaan membeli. Semakin perusahaan asuransi tersebut kompeten, peduli, dan mampu menyediakan pelayanan terbaik, maka semakin tinggi kecenderungan individu untuk membeli produk asuransi.

H₅ : Kecenderungan membeli memediasi kompetensi perusahaan terhadap permintaan asuransi. .



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Sampel

Peneliti ingin meneliti tentang pengaruh literasi keuangan, *risk attitude*, dan tingkat pendapatan terhadap permintaan asuransi Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan. Hal tersebut menjadikan populasi dari penelitian ini adalah pengguna dan non-pengguna asuransi jiwa. Kemudian sampel dan responden dari penelitian ini adalah pengguna dan non-pengguna asuransi jiwa di Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, dan Lamongan. Teknis pengambilan keputusan penelitian ini adalah menggunakan *purposive sampling*. Peneliti juga menggunakan teknik *snowball sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dari satu responden kemudian diteruskan ke responden berikutnya. Teknik penentuan sampel ini menggunakan pertimbangan tertentu yang mengakibatkan tidak semua populasi bisa menjadi sampel.

Adapun karakteristik pada penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) responden berusia minimal 24 tahun. (2) responden tinggal di Gerbangkertosusila.

Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan bersifat kuantitatif. Peneliti mendapatkan data yang dibutuhkan secara langsung melalui survei. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisisioner. Berdasarkan skala pengukuran data, pada penelitian ini menggunakan data rasio, ordinal, dan interval. Data rasio terdiri dari literasi keuangan (X_1). Data ordinal terdiri dari tingkat pendapatan (X_3) dan variabel terikat (Y). Untuk data interval terdiri dari *risk attitude* (X_2), kompetensi perusahaan (X_4) perusahaan, dan kecenderungan membeli (Z). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner dengan menggunakan pertanyaan dan pernyataan.

Variabel Penelitian

Variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini adalah permintaan asuransi. Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini adalah literasi keuangan, *risk attitude*, tingkat pendapatan, kompetensi perusahaan. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah kecenderungan membeli.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Permintaan Asuransi

Menurut Mahdzan & Peter Victorian (2013), permintaan asuransi merupakan kemauan dan kemampuan individu untuk menggunakan asuransi. Berdasarkan penelitian Mahdzan & Peter Victorian (2013) indikator untuk mengukur permintaan produk asuransi jiwa adalah premi bulanan yang bersedia dibayarkan oleh responden dalam mata uang rupiah (IDR).

Tabel 1
Tabel Pengukuran Permintaan Asuransi

Premi yang Bersedia Dibayarkan
≤ Rp 100.000
Rp 100.000 s/d Rp 599.999
Rp 600.000 s/d Rp 1.099.999
Rp 1.100.000 s/d Rp 1.599.999
Rp 1.600.000 s/d Rp 2.099.999
≥ Rp 2.100.000

Tabel 2
Tabel Pengukuran Tingkat Pendapatan

Tingkat Pendapatan
< Rp. 4.000.000
Rp. 4.000.000 s.d Rp. 5.999.999
Rp. 6.000.000 s.d Rp. 7.999.999
Rp. 8.000.000 s.d Rp. 9.999.999
≥ Rp. 10.000.000

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan pengetahuan dan kemampuan seseorang dalam merencanakan keuangan atau kekayaannya. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur literasi keuangan adalah sebagai berikut (Lin, Hsiao and Yeh, 2017) (1) pengetahuan dasar (umum), (2) pengetahuan asuransi, (3) pengetahuan investasi, (4) pengetahuan kredit.

Risk Attitude

Risk Attitude merupakan sikap seseorang terhadap risiko. Adapun indikator untuk variabel ini adalah (Sin & Chee, 2017) Merujuk pada penelitian Sin & Chee (2017) indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *risk attitude* adalah menyikapi masalah dan sikap terhadap hal-hal baru.

Pengukuran variabel *risk attitude* menggunakan skala likert dengan skala 1-5 antara lain : (1) sangat tidak setuju (STS), (2) tidak setuju (TS), (3) ragu-ragu (R), (4) setuju (S), (5) sangat setuju (SS).

Tingkat Pendapatan

Pendapatan merupakan hasil yang didapat setelah melakukan suatu usaha atau bekerja. Individu yang memiliki pendapatan tinggi cenderung lebih bijak dan bertanggung jawab dalam mengelola keuangannya dan memiliki uang lebih untuk diinvestasikan atau membeli proteksi. Adapun menurut Nurhayati & Lestari (2018) pendapatan di dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa tingkat.

Kompetensi Perusahaan

Menurut Ulbinaitè et al., (2013), Kompetensi perusahaan adalah kemampuan perusahaan menyediakan layanan yang kompeten dan peduli untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Berikut ini merupakan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel kompetensi perusahaan asuransi Ulbinaitè, Kučinskienė and Le Moullec, (2013): (1) Kualitas penyedia layanan asuransi. (2) Kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen

Pengukuran variabel kompetensi perusahaan asuransi dalam penelitian ini menggunakan skala likert dimulai dari skala 1-5 antara lain: (1) sangat tidak setuju (STS), (2) tidak setuju (TS), (3) ragu-ragu (R), (4) setuju (S), (5) sangat setuju (SS).

Kecenderungan Membeli

Menurut Ulbinaitè et al., (2013), kecenderungan membeli merupakan minat konsumen yang timbul untuk membeli produk yang dirasa bermanfaat, sehingga konsumen tersebut akan membeli produk atas dasar keinginannya. Berikut ini merupakan indikator mengukur variabel kecenderungan membeli (Ulbinaitè, Kučinskienė and Le Moullec, 2013), yaitu mencari rasa aman dan perlindungan, regulasi pemerintah, kondisi keuangan masa depan.

Variabel kecenderungan membeli membeli asuransi dalam penelitian ini diukur menggunakan skala likert dimulai dari skala 1-5 antara lain: (1) sangat tidak setuju (STS), (2) tidak setuju

(TS), (3) ragu-ragu (R), (4) setuju (S), (5) sangat setuju (SS).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berikut merupakan data karakteristik responden dalam penelitian yang dilakukan di wilayah Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, dan Lamongan.

Tabel 3

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Jenis Kelamin	Persentase (%)
Laki-laki	48,35
Perempuan	51,65
Total	100
Status Pernikahan	Persentase (%)
Belum Menikah	18,18
Menikah	75,21
Janda/Duda	6,61
Total	100
Usia	Persentase (%)
< 24 Tahun	0,00
24 s/d 28 Tahun	19,01
29 s/d 33 Tahun	10,33
34 s/d 38 Tahun	13,64
≥ 39 Tahun	57,02
Total	100
Pendidikan Terakhir	Persentase (%)
≤ SMP	3,72
SMA	30,99
D1/D2/D3	9,09
D4/Sarjana	44,21
Pascasarjana	11,98
Total	100
Pendapatan	Persentase (%)
< Rp 4.000.000	17,36
Rp 4.000.000 s/d Rp 5.999.999	33,47
Rp 6.000.000 s/d Rp 7.999.999	14,05
Rp 8.000.000 s/d Rp 9.999.999	10,74
≥ Rp 10.000.000	24,38
Total	100
Pekerjaan	Persentase (%)
ASN	11,57
Pegawai Swasta	46,28
Wirausaha	34,30
Lainnya	7,85
Total	100
Jumlah Tanggungan	Persentase (%)
0	21,07

1 Orang	22,73
2 Orang	33,06
≥ 3 Orang	23,14
Total	100

Premi Bulanan	Persentase (%)
< Rp 100.000	10,74
Rp 100.000 s/d Rp 599.999	54,13
Rp 600.000 s/d Rp 1.099.999	15,29
Rp 1.100.000 s/d Rp 1.599.999	5,79
Rp 1.600.000 s/d Rp 2.099.999	2,07
≥ Rp 2.100.000	11,98
Total	100

Analisis Deskriptif

Berikut merupakan tanggapan responden dalam penelitian yang dilakukan di wilayah Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, dan Lamongan.

Tabel 4

TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL LITERASI KEUANGAN

Indikator	Item	Penilaian Setiap Variabel		Mean	Ket.	
		Benar	Salah			
Pengetahuan Umum	LK1	95,38	4,62	82,07	Tinggi	
	LK2	66,81	33,19			
	LK3	84,03	45,80			
Pengetahuan Asuransi	LK4	45,80	54,20	53,92	Rendah	
	LK5	59,24	40,76			
	LK6	56,72	43,28			
Pengetahuan Investasi	LK7	85,29	14,71	72,48	Sedang	
	LK8	59,66	40,34			
Pengetahuan Kredit	LK9	59,66	40,34	51,26	Rendah	
	LK10	42,86	57,14			
Rata-rata indikator literasi keuangan					64,93	Sedang

Indikator pengetahuan umum diukur menggunakan item LK1, LK2, dan LK3. Rata-rata indikator pengetahuan umum menunjukkan bahwa responden memiliki nilai pengetahuan umum yang tergolong tinggi. Indikator pengetahuan asuransi diukur menggunakan item LK4, LK5, dan LK6. Rata-rata indikator pengetahuan asuransi menunjukkan bahwa responden memiliki nilai pengetahuan asuransi yang tergolong rendah. Selanjutnya, indikator pengetahuan investasi diukur menggunakan item LK7 dan LK8. Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden memiliki nilai pengetahuan investasi yang termasuk dalam kriteria sedang. Lalu, indikator

pengetahuan kredit diukur menggunakan item LK9 dan LK10. Hasil pengukuran menunjukkan bahwa masyarakat memiliki nilai pengetahuan kredit yang termasuk dalam kriteria rendah.

Tabel 5
TANGGAPAN RESPONDEN
TERHADAP VARIABEL RISK
ATTITUDE

Indikator	Item	Pernyataan	Presentase Tanggapan Responden (%)					Skor Mean Pernyataan	Skor Mean Indikator	Keterangan
			STS	TS	R	S	SS			
Menyikapi Masalah	RA1	Saya biasanya berjalan pulang sendiri di tengah malam	14	30	10	32	14	3,01	3,01	Risk Attitude Cukup
Sikap Terhadap Hal-hal Baru	RA2	Saya menyukai untuk berkemah di alam liar	11	36	16	24	13	2,91	2,76	Risk Attitude Cukup
	RA3	Saya menyukai untuk mencoba olahraga yang ekstrim	16	38	21	17	8	2,61		
Rata – rata Variabel Risk Attitude								2,89		Risk Attitude Cukup

Tabel 5 menjelaskan hasil tanggapan dari 242 responden. Rata-rata responden memiliki *risk attitude* atau sikap terhadap risiko cukup. Hal ini dibuktikan dengan skor rata-rata untuk indikator variabel *risk attitude* sebesar 2,89. Skor untuk indikator menyikapi masalah adalah sebesar 3,01. Skor untuk indikator sikap terhadap hal-hal baru adalah sebesar 2,76.

Tabel 6
TANGGAPAN RESPONDEN
TERHADAP VARIABEL
KOMPETENSI PERUSAHAAN

Indikator	Item	Pernyataan	Presentase Tanggapan Responden (%)					Skor Mean Pernyataan	Skor Mean Indikator	Keterangan
			STS	TS	R	S	SS			
Kualitas penyedia layanan asuransi	KP1	Saya memilih perusahaan asuransi yang kompeten	0	1	2	35	62	4,58	4,55	Kompetensi perusahaan sangat tinggi
	KP2	Saya memilih perusahaan asuransi yang memberikan kenyamanan bagi nasabah dengan pelayanan yang baik	0	2	3	35	60	4,52		Kompetensi perusahaan sangat tinggi
Kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen	KP3	Saya memilih perusahaan asuransi yang mampu memenuhi kebutuhan proteksi	0	2	2	38	58	4,52	4,53	Kompetensi perusahaan sangat tinggi
	KP4	Saya memilih perusahaan asuransi yang menyediakan produk asuransi sesuai dengan kebutuhan	0	2	1	39	58	4,53		Kompetensi perusahaan sangat tinggi
Rata – rata Variabel Kompetensi Perusahaan								4,54		Kompetensi perusahaan sangat tinggi

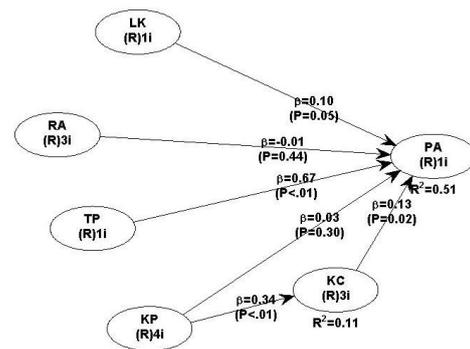
Tabel 7
TANGGAPAN RESPONDEN
TERHADAP VARIABEL
KECENDERUNGAN MEMBELI

Indikator	Item	Pernyataan	Presentase Tanggapan Responden (%)					Skor Mean Indikator	Keterangan
			STS	TS	R	S	SS		
Mencari rasa aman dan perlindungan	KC1	Asuransi memberikan perasaan aman secara finansial	0	1	5	47	47	4,41	Kecenderungan membeli sangat tinggi
Regulasi pemerintah	KC2	Saya perlu membeli layanan asuransi yang tidak wajib menurut hukum	4	14	21	44	17	3,58	Kecenderungan membeli tinggi
Kondisi keuangan dimasa depan	KC3	Saya (cenderung) secara berkala membelanjakan sejumlah uang untuk premi asuransi sebagai jaminan stabilitas keuangan di Indonesia masa depan	0	14	19	42	25	3,77	Kecenderungan membeli tinggi
Rata – rata Variabel Kecenderungan Membeli							3,92		Kecenderungan membeli tinggi

Tabel 4.7 menjelaskan hasil tanggapan dari 242 responden. Rata-rata responden memiliki kecenderungan membeli tinggi. Hal ini dibuktikan dengan skor rata-rata (*mean*) untuk indikator variabel kecenderungan membeli sebesar 3,92. Skor rata-rata tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan membeli yang tinggi.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan alat bantu berupa aplikasi WarpPLS 6.0 dengan hasil pengujian :



Gambar 2
Hasil Estimasi Model

Gambar 2 menjelaskan bahwa pada variabel literasi keuangan menunjukkan nilai *p-value* sebesar kurang dari 0,05 pembulatan dari 0,55 dan β sebesar 0,10. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa H_1 ditolak atau H_0 diterima. Artinya bahwa literasi keuangan

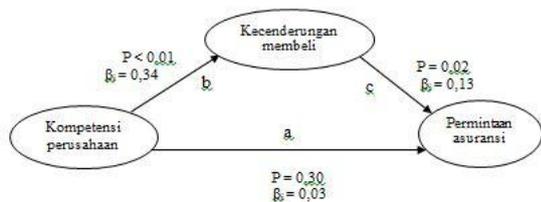
berpengaruh positif tidak signifikan terhadap permintaan asuransi.

Pada variabel *risk attitude* menunjukkan nilai *p-value* sebesar 0,44 dan β sebesar negatif 0,01. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa H_2 ditolak atau H_0 diterima. Artinya bahwa *risk attitude* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap permintaan asuransi.

Pada variabel tingkat pendapatan menunjukkan nilai *p-value* kurang dari 0,01 dan β sebesar 0,67. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa H_3 diterima atau H_0 ditolak. Artinya bahwa tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan asuransi.

Pada variabel kompetensi perusahaan menunjukkan nilai *p-value* sebesar 0,30 dan β sebesar 0,03. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa H_4 ditolak atau H_0 diterima. Artinya bahwa kompetensi perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap permintaan asuransi.

Pada kecenderungan membeli memediasi pengaruh kompetensi perusahaan terhadap permintaan asuransi menunjukkan bahwa H_5 diterima.



Gambar 3
Kerangka Hasil Uji Variabel Mediasi

Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *p-value* masing-masing variabel, sebagai berikut: (a) nilai *p-value* sebesar 0,30 yang menunjukkan bahwa kompetensi perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap permintaan asuransi, (b) nilai *p-value* kurang dari 0,01 yang menunjukkan bahwa kompetensi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan membeli, (c) nilai *p-value* sebesar 0,02 yang menunjukkan bahwa kecenderungan membeli berpengaruh signifikan terhadap

permintaan asuransi. Hal tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan membeli memediasi kompetensi perusahaan terhadap permintaan asuransi secara penuh.

R-Squared (R^2)

Berdasarkan gambar 2 hasil estimasi model menunjukkan bahwa nilai *R-Squared* pada variabel permintaan asuransi sebesar 0,51. Artinya bahwa 51 persen variasi yang terjadi pada variabel permintaan asuransi dipengaruhi oleh variabel literasi keuangan, *risk attitude*, tingkat pendapatan dan kompetensi perusahaan. Sedangkan 49 persen dipengaruhi oleh variabel lain diluar estimasi peneliti.

Pengaruh Literasi terhadap Permintaan Asuransi

Hasil pengujian hipotesis satu menunjukkan literasi keuangan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap permintaan asuransi. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 ditolak atau H_0 diterima. Semakin baik literasi keuangan seseorang belum tentu dapat mempengaruhi permintaan asuransi. Responden dengan latar belakang pendidikan tinggi cenderung memiliki pengetahuan dan informasi yang lebih luas, walau tidak dalam segala bidang. Hal ini tercermin dari nilai pengetahuan umum atau dasar keuangan responden tinggi sebesar 82,07, akan tetapi pengetahuan asuransi responden masih tergolong rendah. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa hipotesis penelitian pertama yang menyatakan bahwa usia berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi **ditolak**.

Hal ini didukung oleh penelitian Mahdzan and Peter Victorian (2013) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap permintaan asuransi jiwa.

Pengaruh *Risk Attitude* terhadap Permintaan Asuransi

Hasil pengujian hipotesis satu menunjukkan *risk attitude* berpengaruh negatif

tidak signifikan terhadap permintaan asuransi. Hal ini menunjukkan bahwa H_2 ditolak atau H_0 diterima. Semakin seseorang tidak menyukai risiko, maka permintaan asuransi akan semakin tinggi tetapi berpengaruh tidak signifikan. Hal ini dapat disebabkan karena pernyataan yang ada pada kuisioner belum dapat menyatakan secara spesifik atau khusus tentang asuransi.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa hipotesis penelitian kedua yang menyatakan bahwa *risk attitude* berpengaruh negatif signifikan terhadap permintaan asuransi **ditolak**. Penelitian ini memiliki hasil yang berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh (Sin and Chee, 2017)

Pengaruh Tingkat Pendapatan terhadap Permintaan Asuransi

Hasil pengujian hipotesis tiga menunjukkan tingkat memiliki pengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi. Semakin tinggi pendapatan seseorang, maka akan semakin tinggi permintaan asuransi. Seseorang yang memiliki pendapatan lebih akan dapat menyisihkan pendapatan yang dimiliki setelah berhasil memenuhi kebutuhan pokok.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa hipotesis penelitian ketiga yang menyatakan bahwa tingkat pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi **diterima**. Penelitian ini didukung oleh penelitian Fautngiljanan, Soegoto and Uhing (2014).

Pengaruh Kompetensi Perusahaan terhadap Permintaan Asuransi

Hasil pengujian hipotesis empat menjelaskan bahwa kompetensi perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap permintaan asuransi. Semakin baik kompetensi dari penyedia layanan asuransi, maka semakin tinggi pula tingkat permintaan asuransi walau berpengaruh tidak signifikan. Kompeten berarti penyedia layanan asuransi mampu menyediakan dan memberikan layanan

yang baik dan berkualitas, serta mampu memenuhi kebutuhan dari konsumen atau calon konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kompetensi perusahaan saja belum cukup untuk membuat seseorang membeli asuransi. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa hipotesis penelitian keempat **ditolak**

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ulbinaitè et al., (2013) yang menyatakan bahwa kompetensi penyedia layanan asuransi berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian asuransi.

Kecenderungan Membeli Memediasi Kompetensi Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis lima menjelaskan bahwa kecenderungan membeli berpengaruh signifikan. Hal ini berarti kecenderungan membeli memediasi kompetensi perusahaan terhadap permintaan asuransi. Kompetensi perusahaan yang tinggi saja belum cukup untuk mempengaruhi permintaan asuransi seseorang. Jika perusahaan sudah memberikan pelayanan yang baik dan dapat memenuhi kebutuhan nasabah, maka selanjutnya perusahaan harus dapat membuat nasabah tertarik akan produk asuransi. Ketika seseorang sudah merasa tertarik dengan produk asuransi, maka ia akan mencari informasi lebih mengenai produk asuransi. Setelah mendapatkan informasi yang dicari, maka akan timbul kecenderungan nasabah untuk membeli asuransi karena dirasa dapat menimbulkan perasaan aman secara finansial serta sebagai jaminan stabilitas keuangan di masa depan. Kecenderungan membeli produk asuransi dapat mendorong untuk memunculkan adanya permintaan asuransi.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa hipotesis penelitian kelima yang menyatakan bahwa kecenderungan membeli memediasi kompetensi perusahaan terhadap permintaan asuransi **diterima**. Penelitian ini mendukung penelitian Ulbinaitè et al., (2013) yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa kecenderungan

membeli memiliki pengaruh positif terhadap permintaan asuransi.

KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : (1) Hasil pengujian hipotesis satu (H_1) membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap permintaan asuransi. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki seseorang, maka permintaan asuransi akan semakin tinggi, akan tetapi literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi. Dengan demikian hipotesis pertama ditolak. (2) Hasil pengujian hipotesis dua (H_2) ditolak dan H_0 diterima. *Risk attitude* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap permintaan asuransi. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi sikap seseorang terhadap risiko, maka permintaan asuransi akan semakin rendah, akan tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi. Dengan demikian hipotesis kedua ditolak. (3) Hasil pengujian hipotesis tiga (H_3) membuktikan bahwa tingkat pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pendapatan yang dimiliki seseorang, maka permintaan asuransi akan semakin tinggi. Dengan demikian hipotesis ketiga dapat diterima. (4) Hasil pengujian hipotesis empat (H_4) membuktikan bahwa kompetensi perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap permintaan asuransi. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kompetensi suatu perusahaan asuransi maka semakin tinggi permintaan asuransi, akan tetapi kompetensi perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi. Dengan demikian hipotesis keempat dapat ditolak. (5) Hasil pengujian hipotesis lima (H_5) membuktikan bahwa kecenderungan membeli dapat memediasi kompetensi perusahaan terhadap permintaan asuransi secara penuh. Hal tersebut menunjukkan bahwa kompetensi perusahaan dapat berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi dengan mediasi

kecenderungan membeli. Dengan demikian hipotesis kelima dapat diterima.

Berdasarkan hasil analisis yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran kepada peneliti selanjutnya (1) Peneliti selanjutnya dapat memperluas wilayah penyebaran kuisioner agar dapat digeneralisasi karena penelitian ini hanya menunjukkan karakteristik responden di wilayah Gerbangkertasusila saja. (2) Peneliti selanjutnya dapat melakukan modifikasi model penelitian saat ini dengan memasukkan variabel lain yang secara teoritis berpengaruh terhadap permintaan asuransi. (3) Peneliti selanjutnya yang menggunakan variabel *risk attitude* dapat lebih memfokuskan pernyataan ke risiko asuransi agar mendapatkan hasil yang lebih sesuai dengan topik. (4) Peneliti selanjutnya dapat memasukkan tingkat pendapatan ke dalam kriteria responden.

Saran yang dapat diberikan kepada perusahaan asuransi adalah (1) Perusahaan asuransi diharapkan dapat memberikan produk dan pelayan asuransi terbaik sesuai dengan kebutuhan konsumen untuk memperbaiki nama industri asuransi di Indonesia. (2) Sebaiknya perusahaan asuransi mempertimbangkan kompetensi perusahaan dan kompetensi agen dalam upaya untuk meningkatkan premi asuransi. (3) Perusahaan asuransi diharapkan memiliki produk yang dibutuhkan oleh nasabah serta dapat memberikan produk asuransi sesuai dengan kebutuhan nasabah, yaitu proteksi dan investasi. (4) Perusahaan asuransi diharapkan dapat mengedukasi masyarakat mengenai produk-produk asuransi, sehingga dapat membuat masyarakat tertarik akan produk asuransi dan menimbulkan minat untuk membeli produk asuransi sesuai kebutuhan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu : (1) Area penelitian terbatas, sehingga tidak bisa digeneralisasi. (2) Nilai R^2 hanya sebesar 51 persen. Hal tersebut menunjukkan pengaruh literasi keuangan, *risk attitude*, tingkat pendapatan, kompetensi perusahaan terhadap permintaan asuransi sebesar 51 persen. Sisanya, 49 persen merupakan pengaruh variabel lainnya di luar estimasi peneliti. (3) Pernyataan pada variabel *risk attitude* belum spesifik mengukur pada risiko asuransi sehingga diduga menyebabkan hasil penelitian menjadi tidak signifikan. (4)

Turunnya kepercayaan masyarakat kepada perusahaan asuransi akibat adanya kasus atau skandal oleh perusahaan asuransi, sehingga masyarakat enggan untuk menjadi responden. (3) Peneliti tidak bisa mendampingi responden dalam pengisian kuesioner, hal ini menyebabkan responden dapat memiliki persepsi yang berbeda mengenai pernyataan yang ada pada kuesioner.

DAFTAR RUJUKAN

- Amanda, F., Possumah, B. T. and Firdaus, A. (2018) 'Consumerism in Personal Finance: An Islamic Wealth Management Approach', *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 10(2), pp. 325–340. doi: 10.15408/aiq.v10i2.5518.
- Ayu Wulandari, D. and Iramani, R. (2014) 'Studi Experienced Regret, Risk Tolerance, Overconfidance Dan Risk Perception Pada Pengambilan Keputusan Investasi', *Journal of Business and Banking*, 4(1), p. 55. doi: 10.14414/jbb.v4i1.293.
- Chen, H. and Volpe, R. P. (1998) 'An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students', *Chinese Journal of Lasers*, 43(8), p. 0811001. doi: 10.3788/CJL201643.0811001.
- cwma.or.id (no date) *What is Wealth Management?*, [cwma.or.id](https://www.cwma.or.id/). Available at: <https://www.cwma.or.id/> (Accessed: 8 October 2019).
- Esau, E. (2015) 'Factors Affecting Consumer Purchase Decision on Insurance Product in Pt. Prudential Life Assurance Manado', *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3), pp. 491–501.
- Fautngiljanan, V., Soegoto, A. S. and Uhing, Y. (2014) 'Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Asuransi Prudential di Kota Manado', *Jurnal EMBA*, 2(3), pp. 1192–1202.
- Firli, A. and Indonesia, U. T. (2017) 'Factors that Influence Financial Literacy: A Conceptual Framework', in *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*. doi: 10.1088/1757-899X/180/1/012254.
- Hillson, D. and Murray-Webster, R. (2016) *Understanding and Managing Risk Attitude*. New York: Routledge.
- id.wikipedia.org (2019) *Pendapatan*, [id.wikipedia.org](https://id.wikipedia.org/wiki/Pendapatan). Available at: <https://id.wikipedia.org/wiki/Pendapatan> (Accessed: 1 October 2019).
- kbbi.kemendikbud.go.id (2016) *KBBI Daring*, kbbi.kemendikbud.go.id. Available at: <https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/pendapatan> (Accessed: 1 October 2019).
- Lin, C., Hsiao, Y. J. and Yeh, C. Y. (2017) 'Financial literacy, financial advisors, and information sources on demand for life insurance', *Pacific Basin Finance Journal*. Elsevier B.V, 43, pp. 218–237. doi: 10.1016/j.pacfin.2017.04.002.
- Lisnawati, I. D. (2016) 'Pengaruh Aksestabilitas, Kompetensi, Sikap Moneter, Dan Pengalaman Positif Pengguna Jasa Asuransi Prudential Di Yogyakarta', *Jurnal Manajemen*, 6 (1), pp. 43–48. doi: 10.26460/jm.v6i1.200.
- Mahdzan, N. S. and Peter Victorian, S. M. (2013) 'The determinants of life insurance demand: A focus on saving motives and financial literacy', *Asian Social Science*, 9(5), pp. 274–284. doi: 10.5539/ass.v9n5p274.
- Nurhayati, I. D. and Lestari, W. (2018) 'Insurance Decisions, Study Demographics and Perceptonal', *Jurnal Bisnis dan manajemen*, 2(1), pp. 44–55. doi: <http://dx.doi.org/10.25139/ekt.v2i1.724> Keputusan.
- Rika, H. (2019) *Rata-rata Pendapatan Orang Indonesia Rp56 Juta per*

Tahun, *cnnindonesia.com*. Available at: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190206161843-532-366859/rata-rata-pendapatan-orang-indonesia-rp56-juta-per-tahun> (Accessed: 22 October 2019).

Sajangbati, M. (2013) *Betapa Pentingnya Peranan Wealth Manager di Indonesia*, *investor.id*. Available at: <https://investor.id/opinion/betapa-pentingnya-peranan-wealth-manager-di-indonesia> (Accessed: 22 September 2019).

Sin, T. S. and Chee, L. C. (2017) 'A Preliminary Study on the Relationship Between Psychographic

Factors and the Purchase of Life Insurance', *International Journal of Management Studies*, 24(1), pp. 1–22.

Ulbinaitė, A., Kučinskienė, M. and Le Moullec, Y. (2013a) 'Determinants of Insurance Purchase Decision Making in Lithuania', *Engineering Economics*, 24(2), pp. 144–159. doi: 10.5755/j01.ee.24.2.3439.

Ulbinaitė, A., Kučinskienė, M. and Le Moullec, Y. (2013b) 'Determinants of Insurance Purchase Decision Making in Lithuania', *Engineering Economics*, 24(2), pp. 144–159. doi: 10.5755/j01.ee.24.2.3439.

