

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini didasarkan pada hasil penelitian sebelumnya yang mengambil topik mengenai pengaruh dari profitabilitas dan kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan. Berikut ini merupakan beberapa penelitian tentang hal-hal tersebut yang menjadi referensi bagi peneliti diantaranya yaitu:

2.1.1. **Mahdzan & Victorian (2013)**

Penelitian Mahdzan & Victorian dengan judul “*The Determinants of Life Demand: A Focus on Saving Motives and Financial Literacy*” bertujuan untuk menguji faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan asuransi jiwa dengan fokus pada motivasi menabung dan literasi keuangan. Menggunakan sampel sebanyak 259 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah ANOVA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor demografi dan motivasi menabung berpengaruh signifikan, sementara literasi keuangan berpengaruh tidak signifikan.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah :

1. Variabel bebas yang digunakan yaitu literasi keuangan dan demografi (jumlah tanggungan).
2. Variabel terikat yang digunakan yaitu permintaan asuransi jiwa.
3. Metode pengumpulan data menggunakan kuisisioner

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu :

1. Penelitian terdahulu tidak menggunakan kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi.
2. Responden yang digunakan peneliti terdahulu adalah menggunakan variabel terikat permintaan asuransi jiwa di Kuala Lumpur, sedangkan peneliti menggunakan variabel terikat permintaan asuransi jiwa di Gerbang Kertosusila.

2.1.2. Ulbinaite, A., et. al (2013)

Penelitian Ulbinaite, Kucinskiene dan Moullec 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, kepositifan pengalaman asuransi konsumen, dan kemungkinan untuk mengurangi jumlah dari premi yang dibayarkan untuk asuransi berpengaruh signifikan terhadap pembelian layanan asuransi.

Persamaan peneliti yang akan dilakukan dengan peneliti terdahulu adalah :

1. Peneliti terdahulu menggunakan kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi
2. Peneliti terdahulu menggunakan kompetensi perusahaan sebagai variabel bebas.

Perbedaan peneliti yang akan dilakukan dengan peneliti terdahulu adalah :

1. Responden yang digunakan penelitian terdahulu adalah pengguna asuransi warga negara Lithuania, sedangkan responden yang digunakan peneliti adalah pengguna asuransi jiwa di Gerbang Kertosusila.
2. Peneliti terdahulu tidak menggunakan variabel literasi keuangan.

2.1.3. Kristina Mersis dan Melliya Silvi (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. Peneliti sampel sebanyak 295 responden yang bertempat tinggal di Surabaya, Gresik, Tuban, dan memiliki asuransi. Peneliti menggunakan aplikasi PLS-SEM untuk menganalisis data yang telah diperoleh. Hasil dari 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 peneliti yang akan dilakukan dengan peneliti terdahulu adalah:

1. Penelitian terdahulu menggunakan variabel bebas kompetensi.
2. Penelitian terdahulu menggunakan kecenderungan sebagai variabel mediasi
3. Penelitian terdahulu menggunakan kuisisioner untuk mengumpulkan data.

Perbedaan peneliti yang akan dilakukan dengan peneliti terdahulu adalah:

1. Penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel literasi keuangan.

2. Penelitian terdahulu hanya mengambil sampel di Surabaya, Gresik dan Tuban, sedangkan peneliti mengambil sampel di Gerbang Kertosusila.

2.1.4. Lin, Chaonan *et al* (2017)

Penelitian Lin, Chaonan *et al* (2017) dengan judul “*Financial Literacy, Financial Advisors, and Information on Demand for life Insurance*” bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan, penasihat keuangan, dan sumber informasi terhadap permintaan asuransi jiwa. Menggunakan metode analisis regresi logistik. Dengan menggunakan responden sebanyak 2.472 orang yang berumur 20 tahun atau lebih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, penasihat keuangan, dan sumber informasi berpengaruh positif signifikan. Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan peneliti terdahulu adalah menggunakan Literasi keuangan sebagai variabel independen (X)

Perbedaan peneliti yang akan dilakukan dengan peneliti terdahulu adalah :

1. Peneliti terdahulu menggunakan metode analisis regresi logistik sementara peneliti yang sekarang menggunakan PLS Path Analysis
2. Responde yang digunakan peneliti terdahulu dari Taiwan sementara peneliti yang sekarang menggunakan responden dari Gerbang Kertosusila.

2.1.5. Lisnawati, I. D. (2016)

Penelitian Inti Dian Lisnawati dengan judul “Pengaruh Aksestabilitas, Kompetensi, Sikap Moneter, Dan Pengalaman Positif Pengguna Jasa Asuransi Prudential Di Yogyakarta “ ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian asuransi prudential di Yogyakarta. Variabel dari

penelitian ini adalah penerimaan kondisi asuransi, kompetensi layanan asuransi, sikap moneter konsumen terhadap asuransi, pengalaman positif pengguna asuransi dan keputusan pembelian asuransi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Prudential, yang berlokasi di Sleman, Kulonprogo, dan Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan Probability Sampling. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Penerimaan kondisi asuransi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian asuransi. Kompetensi layanan asuransi menunjukkan efek positif terhadap keputusan pembelian asuransi. Sikap moneter konsumen terhadap asuransi menunjukkan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian asuransi. Pengalaman pengguna asuransi yang positif menunjukkan efek positif pada keputusan pembelian asuransi.

Persamaan peneliti yang akan dilakukan dengan peneliti terdahulu adalah:

1. Menggunakan variabel bebas yaitu kompetensi
2. Penelitian terdahulu menggunakan keputusan membeli asuransi jiwa sebagai variabel terikat.

Perbedaan peneliti yang akan dilakukan dengan peneliti terdahulu adalah:

1. Peneliti terdahulu tidak menggunakan literasi keuangan sebagai variabel bebas, dan kecenderungan sebagai variabel mediasi.
2. Sampel yang digunakan penelitian terdahulu hanya di Yogyakarta, sedangkan peneliti mengambil sampel di Gerbang Kertosusila.

Pemetaan penelitian terdahulu adalah seperti yang ditunjukkan pada tabel 2.1 :

Tabel 2.1
PENELITIAN TERDAHULU

Keterangan	Nurul Shahnaz M. & Sarah Margaret Peter V	Lin, C. Et al	Lisnawati, I. D.	Ulbinaita, A., et. al.	Kristina Mersis dan Melliya Silvi	Peneliti
Variabel Bebas	Faktor demografi, literasi keuangan, dan saving motive	Literasi keuangan, penasihat keuangan, dan sumber informasi	Akseptabilitas kondisi asuransi, kompetensi penyedia jasa asuransi, sikap moneter konsumen terhadap asuransi, dan pengalaman positif konsumen berasuransi	Penerimaan kondisi asuransi, kompetensi penyedia layanan asuransi, sikap moneter konsumen terhadap asuransi, kepositifan pengalaman asuransi konsumen dan kemungkinan untuk mengurangi jumlah premi yang dibayarkan untuk asuransi	<i>Saving motives</i>, kompetensi dan pengalaman positif	Financial Knowledge dan kompetensi
Variabel Terikat	Permintaan asuransi	Permintaan asuransi jiwa	Keputusan membeli asuransi	Keputusan konsumen untuk membeli asuransi	Keputusan membeli asuransi	Keputusan membeli asuransi
Variabel Mediasi	-	-	-	Niat konsumen untuk membeli asuransi	Kecenderungan membeli asuransi	Niat
Populasi	Pengguna asuransi jiwa di Malaysia	2.472 responden berumur 20 tahun atau lebih	Pengguna asuransi prudential di daerah Sleman, Kulonprogo, dan Yogyakarta	Pengguna asuransi di Lithuania	Pengguna asuransi jiwa di Surabaya, Gresik, dan Tuban	Pengguna asuransi jiwa di Indonesia
Periode	2013	2017	2016	2013	2019	2019
Teknik Analisis	ANOVA dan MRA	Regresi logistik	Model regresi linier berganda	MRA	MRA	MRA

Sumber : Lin, Hsiao, & Yeh (2017), Lisnawati, I. D. (2016), Ulbinaita, A., et. al. (2013), Kristina Mersis dan Melliya Silvi (2019), Nurul Shahnaz M. & Sarah Margaret Peter V. (2013)

2.2 Landasan Teori

Dalam sub bab ini akan diuraikan bermacam – macam teori yang dapat dijadikan acuan dasar bagi peneliti untuk menganalisis dalam pemecahan masalah peneliti.

2.2.1. *Wealth Management*

Menurut (“Certified Wealth Managers’ Assosiation,” n.d.) definisi dari Wealth Management adalah suatu sistem komprehensif bertujuan untuk memperkirakan dan mengembangkan aset, menjaga dan melindungi aset serta transisi aset. Terdapat 3 pilar dalam Wealth management, pilar pertama, perlindungan kekayaan dan pelestarian yang bertujuan untuk melakukan proteksi dan preservasi atas nilai suatu aset kekayaan sehingga nilainya tidak berkurang karena faktor-faktor ekonomi dan keuangan. Pilar pertama memiliki beberapa produk yaitu, Asuransi, *Hedge*, *Trust*, *Diversification*. Pilar kedua, *Wealth Growth & Accumulation*, bertujuan untuk mengakumulasi nilai kekayaan supaya mampu menambah nilai kekayaan sehingga membawa kesejahteraan finansial bagi pemilik kekayaan. Produk pilar kedua yaitu, Manajemen pajak, Manajemen investasi, Bisnis ventura, dan Manajemen keuangan. Pilar yang ketiga, distribusi & transisi aset, bertujuan untuk mendistribusikan nilai kekayaan yang akan membantu pemilik kekayaan kepada para ahli waris sehingga ada jaminan atas keadilan, dan juga menghindari perselisihan. Produk pilar ketiga yaitu, *estate* dan dana pensiun.

Pilar pertama dari Wealth Management adalah perlindungan kekayaan dan pelestarian. Tentunya risiko atau ketidak pastian tidak terlepas dari manusia dan risiko

dapat berdampak buruk bagi manusia. Didalam pilar dari Wealth Management yang pertama dapat menjadi solusi agar manusia dapat mengurangi risiko tersebut dengan menggunakan salah satu alat proteksi yaitu asuransi. Asuransi dapat digunakan sebagai alat pengalihan risiko yang dialami oleh manusia. (diakses pada tanggal 7 Oktober 2019 dalam web (“Certified Wealth Managers’ Assosiation,” n.d.)

2.2.2. Asuransi Jiwa

Menurut Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) Asuransi jiwa adalah program perlindungan dalam bentuk pengalihan resiko ekonomi atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan. Asuransi sangat dibutuhkan karena berguna pada saat tertentu tetapi seringkali tidak terpikirkan ketika keadaan aman. Jadi asuransi jiwa sangat dapat diandalkan terutama pada saat situasi yang tidak diinginkan terjadi. Asuransi jiwa perlu dimiliki dengan tujuan agar kebutuhan ekonomi tidak terganggu akibat terjadinya resiko terhadap pencari nafkah selama masa- masa produktif atau untuk persiapan hari tua yang bahagia dan sejahtera. (diakses pada tanggal 7 Oktober 2019 dalam web (“Asosiasi asuransi jiwa indonesia,” n.d.)

Sebagai individu, tentunya memerlukan proteksi dari asuransi baik asuransi kerugian maupun asuransi jiwa. Menurut (“Sikapi otoritas jasa keuangan,” n.d.) yang diakses pada tanggal 7 Oktober 2019) ada beberapa asuransi yang umumnya dimiliki oleh konsumen antara lain adalah:

1. Asuransi Kerugian
 - a) Asuransi Kendaraan Bermotor
 - b) Asuransi Properti

- c) Asuransi Kecelakaan Diri
 - d) Asuransi Kredit
 - e) Asuransi Uang dan Harta Benda
2. Asuransi Jiwa
- a) Asuransi jiwa berjangka
 - b) Asuransi jiwa seumur hidup
 - c) Asuransi unit link
3. BPJS Kesehatan
4. BPJS Ketenagakerjaan

2.2.3. Permintaan Membeli Asuransi

Pada pilar pertama dari *wealth management* yaitu *wealth protection & preservation* dimana bertujuan memenuhi kebutuhan akan rasa aman dan perlindungan dengan cara menggunakan produk asuransi

Permintaan didefinisikan sebagai jumlah barang atau jasa yang ingin dan mampu dibeli oleh konsumen, pada tingkat harga, dan pada waktu tertentu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mahdzan & Peter Victorian (2013), permintaan produk asuransi dapat diukur sebagai variabel kontinu dari perkiraan premi tahunan yang bersedia dibayar oleh para pengguna polis asuransi jiwa. Permintaan produk asuransi merupakan tindakan konsumen. Secara singkat, permintaan asuransi jiwa merupakan kemauan, keinginan, kebutuhan, atau hasrat untuk membeli produk asuransi jiwa. Indikator yang digunakan untuk mengukur asuransi jiwa dirujuk dari Mahdzan & Peter Victorian (2013) yaitu premi asuransi.

2.2.4. Literasi Keuangan

Menurut Mahdzan & Peter Victorian (2013) Literasi keuangan dideskripsikan sebagai kemampuan untuk merencanakan keuangan seseorang secara efektif dengan menggunakan tabungan untuk mengakumulasi kekayaan, diikuti dengan pemeliharaan kekayaan tersebut secara hati-hati terhadap depresiasi dan kerugian nilai, dan akhirnya, distribusi kekayaan pada tahap selanjutnya dari kehidupan seseorang. Secara umum, penelitian telah menemukan bahwa individu dengan literasi keuangan yang tinggi lebih mungkin terlibat dalam perencanaan keuangan, termasuk berinvestasi dalam unit trust dan membeli asuransi jiwa, dibandingkan dengan individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih rendah.

Indikator yang digunakan untuk variabel Literasi Keuangan menurut Lin, Hsio, & Yeh, (2017) adalah :

1. Pengetahuan dasar
2. Pengetahuan asuransi
3. Pengetahuan investasi
4. Pengetahuan simpan-pinjam

2.2.5. Jumlah Tanggungan

Menurut Purwanto & Taftazani, (2018) Jumlah tanggungan keluarga adalah jumlah anggota keluarga yang masih menjadi tanggungan dari keluarga tersebut, baik itu saudara kandung maupun saudara bukan kandung yang tinggal dalam satu rumah tapi belum bekerja. Jumlah tanggungan khususnya anak biasanya akan menjadi harapan bagi sebuah keluarga untuk dapat menyelamatkan mereka

dari keterpurukan. Namun semakin banyak jumlah tanggungan yang dimiliki oleh sebuah keluarga biasanya akan berpengaruh pada tingkat pengeluaran keluarga tersebut. Hasil penelitian Mahdzan & Peter Victorian, (2013) ada perbedaan yang signifikan antara kelompok jumlah tanggungan menunjukkan bahwa individu dengan tiga tanggungan memiliki permintaan tertinggi untuk asuransi jiwa, diikuti oleh individu tanpa tanggungan, satu tanggungan, dan terakhir, dua tanggungan.

2.2.6. Kompetensi Perusahaan Asuransi

Kompetensi merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seorang individu pada bidang tertentu. Dengan demikian yang dimaksud dengan kompetensi penyedia jasa asuransi adalah kemampuan, kecakapan yang berasal dari pengetahuan, keterampilan, nilai dan sikap penyedia jasa asuransi untuk memenuhi semua kebutuhan nasabah. Selain itu, penyedia jasa juga harus mampu memberikan penjelasan kepada konsumen tentang manfaat produk-produk asuransi dari Prudential Lisnawati, (2016). Kompetensi penyedia jasa asuransi meliputi empat aspek yaitu kepedulian, kemampuan memuaskan kebutuhan nasabah, kemampuan menyediakan layanan yang berkualitas dan mampu membantu dalam pembuatan kontrak asuransi Ulbinaite et al., (2013). Semakin tinggi kompetensi yang dimiliki penyedia jasa maka konsumen akan memutuskan untuk membeli asuransi.

Indikator yang digunakan untuk variabel kompetensi menurut Ulbinaite et al., (2013) adalah :

1. Kualitas penyedia layanan asuransi

2. Kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen

2.2.7. Kecenderungan

Menurut Ulbinaite et al., (2013) minat konsumen dapat muncul apabila konsumen merasa bahwa membeli produk asuransi memiliki manfaat yang dapat mereka rasakan, sehingga konsumen akan melakukan tindakan atas dasar keinginan untuk membeli produk asuransi. Pembelian asuransi akan memberikan rasa 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 kecenderungan membeli Ulbinaite et al., (2013) adalah :

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

2.2.8. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Permintaan Asuransi

Penelitian yang dilakukan oleh Atkinson & Messy, (2012) dari OECD menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan kombinasi dari pengetahuan keuangan (*financial knowledge*), sikap keuangan (*financial attitude*), dan perilaku keuangan (*financial behavior*). Menurut Mahdzan & Peter Victorian, (2013) Literasi keuangan dideskripsikan sebagai kemampuan untuk merencanakan keuangan seseorang secara efektif dengan menggunakan tabungan untuk mengakumulasi kekayaan, diikuti dengan pemeliharaan kekayaan tersebut secara hati-hati terhadap depresiasi dan kerugian nilai, dan akhirnya, distribusi kekayaan pada tahap selanjutnya

dari kehidupan seseorang. Secara umum, penelitian telah menemukan bahwa individu dengan literasi keuangan yang tinggi lebih mungkin terlibat dalam perencanaan keuangan, termasuk berinvestasi dalam unit trust dan membeli asuransi jiwa, dibandingkan dengan individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih rendah.

2.2.9. Pengaruh Kompetensi Perusahaan Asuransi Terhadap Permintaan Asuransi

Kompetensi merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seorang individu pada bidang tertentu. Demikian yang dimaksud dengan kompetensi penyedia jasa asuransi adalah kemampuan, kecakapan yang berasal dari pengetahuan, keterampilan, nilai dan sikap penyedia jasa asuransi untuk memenuhi semua kebutuhan nasabah. Selain itu, penyedia jasa juga harus mampu memberikan penjelasan kepada konsumen tentang manfaat produk-produk asuransi dari Prudential. Kompetensi penyedia jasa asuransi meliputi empat aspek yaitu kepedulian, kemampuan memuaskan kebutuhan nasabah, kemampuan menyediakan layanan yang berkualitas dan mampu membantu dalam pembuatan kontrak asuransi Ulbinaite et al., (2013). Semakin tinggi kompetensi yang dimiliki penyedia jasa maka konsumen akan memutuskan untuk membeli asuransi. Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Lisnawati, (2016) dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi penyedia jasa asuransi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian asuransi. Menurut penelitian Ulbinaite et al., (2013) hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi penyedia layanan asuransi adalah faktor yang paling signifikan ketika membuat keputusan asuransi.

2.3.0. Pengaruh Jumlah Tanggungan terhadap permintaan asuransi

Penelitian Yunilas, (2005) menyatakan jumlah anggota atau jumlah tanggungan keluarga berpengaruh negatif terhadap curahan jam kerja. Hasil penelitian Mahdzan & Peter Victorian, (2013) menyatakan ada perbedaan yang signifikan antara kelompok jumlah tanggungan menunjukkan bahwa individu dengan tiga tanggungan memiliki permintaan tertinggi untuk asuransi jiwa, diikuti oleh individu tanpa tanggungan, satu tanggungan, dan terakhir, dua tanggungan. Sehingga semakin banyak jumlah tanggungan maka semakin banyak permintaan asuransi jiwa.

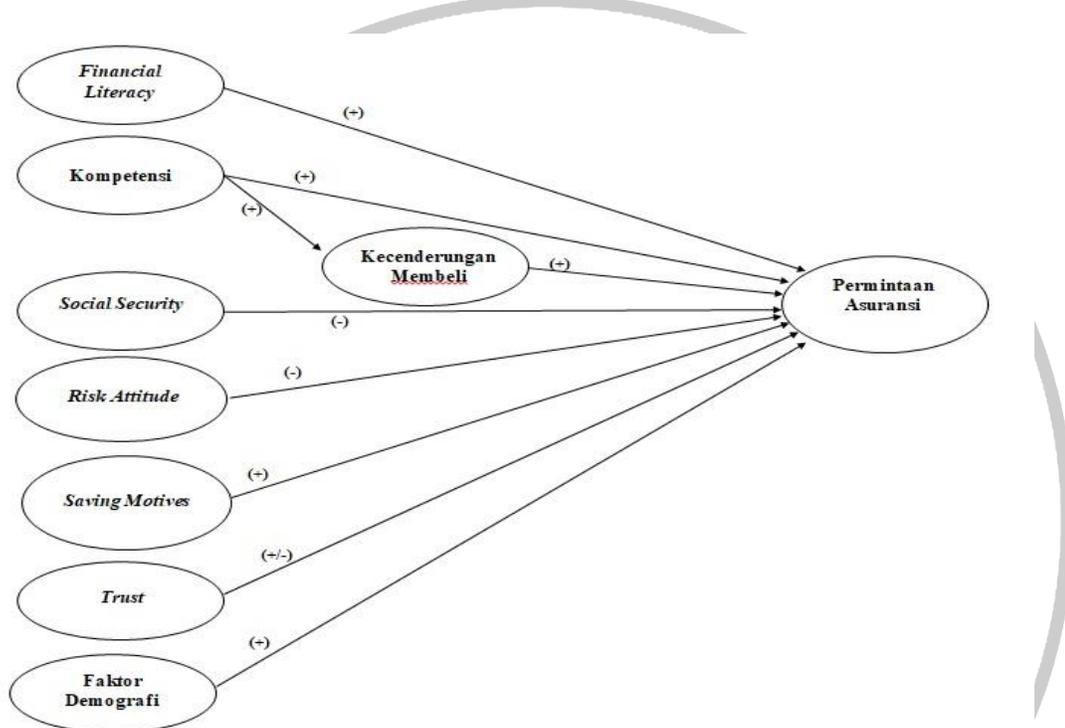
2.3.1. Kecenderungan membeli memediasi pengaruh kompetensi perusahaan terhadap permintaan asuransi

Menurut Ulbinaite et al., (2013) minat konsumen dapat muncul apabila konsumen merasa bahwa membeli produk asuransi memiliki manfaat yang dapat mereka rasakan, sehingga konsumen akan melakukan tindakan atas dasar keinginan 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 keputusan membeli asuransi. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kompetensi perusahaan asuransi, maka semakin tinggi pula kecenderungan seseorang untuk membeli asuransi.

Semakin tinggi kecenderungan membeli asuransi, maka semakin tinggi pula seseorang memutuskan untuk membeli asuransi Ulbinaite et al., (2013).

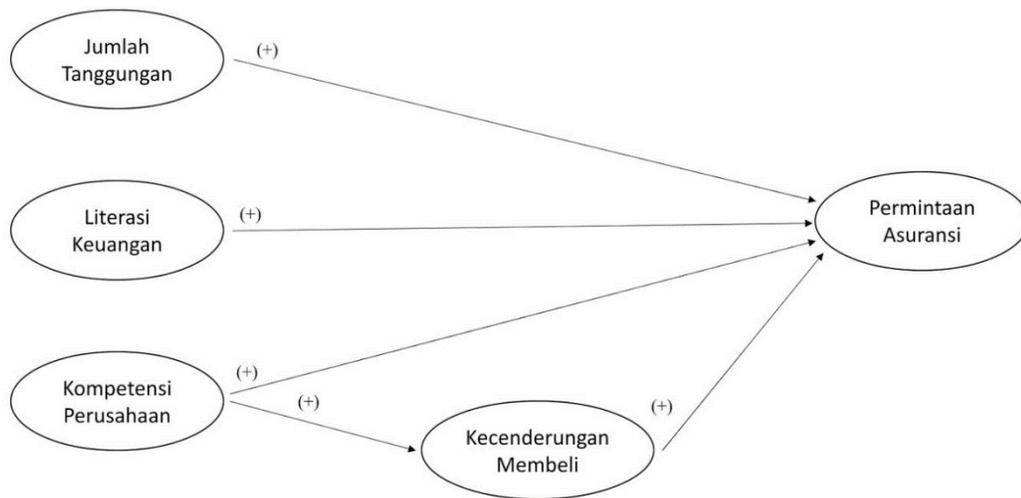
2.3 Kerangka Pemikiran

Berikut adalah kerangka penelitian kolaborasi :



Gambar 2.1 KERANGKA PENELITIAN KOLABORASI

Sumber : Costa-Font, J. et al (2009), Mahdzan & Vectorian (2013), Ulbinaite, A., et. al (2013), Shin dan Ke (2013), Mien, N.T.N. et al (2015), Herdjiono, I. et al (2016), Lin, C. et al (2017), Sin, T.S. et al (2017), Kristina Mersis dan Melliya Silvi (2019)



Gambar 2.2 KERANGKA PENELITIAN

Sumber : Lin, Chaonan et al (2017), Lisnawati, I.D. (2016), Ulbinaite, A., et. al. (2013), Kristina Mersis dan Melliya Silvi (2019), Mahdzan & Vectorian (2013)

2.4. Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian ini terdiri dari beberapa hipotesis penelitian sebagai acuan awal pada penelitian ini yang didasarkan teori dan penelitian terdahulu.

H1 : Jumlah Tanggungan berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi

H2 : Literasi Keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi

H3 : Kompetensi Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi

H4 : Kecenderungan membeli memediasi pengaruh kompetensi terhadap permintaan asuransi