

DETERMINANTS OF INSURANCE DEMAND: A CASE STUDY OF SURABAYA UNIVERSITY

DETERMINAN PERMINTAAN ASURANSI: STUDI KASUS UNIVERSITAS SURABAYA

Theresa Defina Djalu¹, Sugeng Hariadi², Joshi Maharani Wibowo³

Faculty of Business and Economics, Universitas Surabaya^{1,2,3}

s130120066@student.ubaya.ac.id¹, sugeng.hariadi@staff.ubaya.ac.id²,
joshiwibowo@staff.ubaya.ac.id³

ABSTRACT

The insurance industry in Indonesia has experienced significant development, but the level of insurance usage remains relatively low. The decision to purchase insurance is influenced by several factors, including income level, premium prices, knowledge level, and other social factors. UBAYA, a university in Surabaya, East Java, mandates every employee, lecturer, and student to use insurance provided by the institution with various types, such as employment and life insurance. Nevertheless, some of them choose to add additional insurance beyond what is provided by UBAYA. Therefore, the purpose of this research is to identify the factors influencing individual decisions to add or not add insurance policies beyond those provided by UBAYA. The method used in this research is Social Network Analysis (SNA). The research results indicate that premium prices play a crucial role in the decision to utilize insurance based on individual income levels. Other factors influencing the decisions of UBAYA lecturers and employees include information provided by insurance agents regarding asset protection and options for medical services abroad. The purchase of insurance is influenced by economic and social factors, as well as a comprehensive understanding of personal needs in utilizing the benefits provided by insurance policies.

Keywords: Insurance, Premium Price, UBAYA

ABSTRAK

Industri asuransi di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan, namun tingkat penggunaan asuransi masih relatif rendah. Keputusan untuk membeli asuransi dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk tingkat pendapatan, harga premi, tingkat pengetahuan, serta faktor-faktor sosial lainnya. UBAYA, sebuah universitas di Surabaya, Jawa Timur, mewajibkan setiap karyawan, dosen, dan mahasiswa untuk menggunakan asuransi yang disediakan oleh institusi dengan beragam jenis, seperti asuransi ketenagakerjaan dan jiwa. Meskipun demikian, sebagian dari mereka memilih untuk menambahkan asuransi tambahan di luar yang diberikan oleh UBAYA. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan individu untuk menambah atau tidak menambah polis asuransi di luar yang disediakan oleh UBAYA. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Jaringan Sosial (*Social Network Analysis* - SNA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga premi memiliki peran utama dalam keputusan untuk memanfaatkan asuransi sesuai dengan besaran pendapatan individu. Faktor lain yang mempengaruhi keputusan para dosen dan karyawan UBAYA termasuk informasi yang diberikan oleh agen asuransi mengenai perlindungan aset dan opsi layanan medis di luar negeri. Pembelian asuransi dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan sosial, serta pemahaman yang komprehensif tentang kebutuhan pribadi dalam pemanfaatan yang diberikan oleh polis asuransi.

Kata Kunci : Asuransi, Premi, UBAYA

PENDAHULUAN

Asuransi merupakan kesepakatan yang melibatkan dua pihak, yakni Tertanggung dan Penanggung, di mana Tertanggung membayar premi kepada Penanggung sebagai pertukaran untuk mendapatkan kompensasi finansial dalam menghadapi risiko keuangan yang

mungkin timbul secara tiba-tiba (Superyou, 2023).

Perusahaan asuransi, sebagai institusi keuangan yang beroperasi di sektor penjualan layanan perlindungan, memiliki peran krusial dalam mengumpulkan dana dari masyarakat serta mendukung keseimbangan pembangunan dalam negeri. Dengan

kata lain, perannya adalah untuk mengurangi risiko yang dapat menghambat perkembangan ekonomi. Selain itu, sektor asuransi dapat digunakan sebagai alat untuk memberikan jaminan bagi kelangsungan usaha besar ketika menghadapi kerugian atau risiko akibat peristiwa yang menimpa perusahaan tersebut (Harahap et al., 2023).

Industri asuransi di Indonesia telah mengalami perkembangan yang mencolok dalam beberapa tahun terakhir. Walaupun begitu, tingkat penetrasi asuransi di negara ini masih terbilang rendah jika dibandingkan dengan negara-negara maju, dan sebagian besar penduduk Indonesia masih belum memiliki asuransi.

Tabel 1. Pertumbuhan Jumlah Klaim Bruto

Tahun	2017	2018	2019	2020	2021
Asuransi Umum & Reas	35,26	38,84	47,67	55,72	46,76
Asuransi Jiwa	118,62	150,35	163,50	152,90	178,89
Asuransi Sosial	109,64	121,90	138,18	131,96	133,11
Asuransi untuk PNS dan TNI/POLRI	12,13	13,80	14,91	15,95	18,32
Jumlah Klaim	275,65	324,88	364,26	356,53	377,07
Kenaikan/Penurunan	21,2%	42,9%	12,1%	-2,1%	5,8%
Jumlah Premi	407,71	433,38	481,10	503,30	530,92
Rasio	67,6%	75,0%	75,7%	70,8%	71,0%

Sumber: OJK.go.id

Berdasarkan tabel diatas Total klaim bruto industri asuransi pada tahun 2021 mengalami peningkatan sekitar 5,8% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Angka ini naik dari Rp356,53 triliun di tahun 2020 menjadi Rp377,07 triliun di tahun 2021. Klaim yang diajukan oleh perusahaan asuransi umum dan reasuransi mengalami penurunan sebesar 16,1% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, menurun dari Rp55,72 triliun menjadi Rp46,76 triliun. Sementara itu, klaim yang dibayar oleh perusahaan asuransi jiwa meningkat sekitar 17,0%, naik dari Rp152,90 triliun menjadi Rp178,89

triliun. Klaim yang dibayar oleh badan penyelenggara jaminan sosial mengalami peningkatan sekitar 0,9%, dari Rp131,96 triliun menjadi Rp 133,11 triliun.

Selain itu, klaim yang diajukan oleh perusahaan penyelenggara Asuransi ASN, TNI/POLRI, Kecelakaan Penumpang Umum, dan Lalu Lintas Jalan juga mengalami kenaikan sekitar 14,8%, naik dari Rp15,95 triliun menjadi Rp18,32 triliun pada tahun 2021. Secara keseluruhan, rasio klaim bruto terhadap premi bruto pada tahun 2021 adalah sebesar 71,0%, yang menunjukkan kenaikan dari rasio klaim tahun sebelumnya sebesar 70,8%. Kenaikan ini terutama disebabkan oleh pertumbuhan premi bruto yang diikuti oleh pertumbuhan klaim yang dibayar (OJK, 2021).

Pentingnya perlindungan finansial semakin dirasakan saat ini, terkait dengan meningkatnya risiko yang dihadapi masyarakat, termasuk risiko kehilangan nyawa dan kerugian finansial. Risiko-risiko ini adalah hal-hal yang tidak dapat diprediksi dan dapat mengakibatkan kerugian serta ketidaknyamanan dalam kehidupan, karena tidak semua aspek kehidupan dapat dikendalikan oleh manusia. Asuransi tidak hanya digunakan sebagai alat perlindungan, tetapi juga sebagai bagian dari perencanaan keuangan untuk masa depan. Ini disebabkan oleh kompleksitas kebutuhan keluarga yang semakin bertambah seiring berjalannya waktu, seperti penambahan anggota keluarga, penambahan usia, dan meningkatnya kebutuhan hidup (Imsar et al., 2023).

Banyak penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi sejumlah faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi di berbagai negara, termasuk tingkat pendapatan, besaran premi, pertumbuhan ekonomi, dan pengetahuan

tentang perusahaan asuransi. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis yang lebih mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan asuransi, khususnya di UBAYA.

UBAYA adalah salah satu Universitas yang berada di Surabaya, Jawa Timur. Pada UBAYA ini setiap karyawan, dosen dan mahasiswa diwajibkan dengan diberikan dari pihak UBAYA untuk menggunakan asuransi dengan berbagai macam tipe yang berbeda-beda antara lain ada yang untuk ketenagakerjaan dan juga jiwa. Namun ada beberapa diantaranya menambah diluar dari yang diberikan oleh UBAYA. Oleh karena itu jurnal ini saya buat untuk meneliti berbagai faktor permintaan yang mempengaruhi para narasumber tidak menambah dan menambah polis asuransi diluar yang telah diberikan UBAYA.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Social Network Analysis. Menurut Universitas Stekom (2021) Social Network Analysis (SNA) adalah cara untuk melihat bagaimana orang berinteraksi dan terhubung satu sama lain dalam suatu organisasi atau lingkungan kerja. Interaksi ini bisa beragam tergantung pada pandangan dan tujuan masing-masing individu. Dalam jaringan sosial ini, orang-orang diwakili sebagai titik atau simpul, sementara hubungan antar mereka disebut sebagai tautan atau sambungan. Ini seperti membuat peta yang menunjukkan bagaimana orang-orang terhubung satu sama lain dalam suatu kelompok besar.

Menurut Adlini et al (2022) Penelitian kualitatif adalah jenis studi yang menginvestigasi sifat kualitatif dari hubungan, aktivitas, situasi, atau berbagai bahan. Dalam konteks ini, penelitian kualitatif lebih menekankan

pada deskripsi menyeluruh, yang memungkinkan untuk menjelaskan secara rinci apa yang terjadi dalam kegiatan atau situasi, daripada fokus pada perbandingan efek perlakuan tertentu atau menjelaskan sikap atau perilaku individu. Metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif melibatkan observasi, wawancara, dan analisis dokumen.

Menurut Li dan Ryerson (2019) Perkembangan penggunaan berbagai metode tidak konsisten di berbagai bidang fungsional. Pola yang serupa teramati dalam sumber data karena sumber data dan metode penelitian memiliki hubungan yang erat. Secara keseluruhan, hasil penelitian mengungkapkan bahwa setiap bidang fungsional memiliki kaitan dengan metode penelitian yang diterapkan, dan setiap bidang fungsional memiliki variasi dalam pengembangan teknik penelitian. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder.

Data Primer

Sumber data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sumber pertama melalui wawancara. Secara umum, biasanya dilakukan perekaman dan transkripsi wawancara (baik secara kata per kata maupun tidak), yang kemudian diubah menjadi teks. Tidak ada satu sumber data pun yang secara prinsip lebih superior dibandingkan yang lainnya, karena hal ini tergantung pada pertanyaan penelitian, ketersediaan dan kualitas data itu sendiri, serta metode analisis yang digunakan. Dalam hal semua data yang bukan berasal dari situasi alamiah, penting untuk mempertimbangkan sejauh mana pengaruh peneliti terhadap data dan dampaknya. Oleh karena itu, beberapa pendekatan penelitian interpretatif tertentu (seperti hermeneutika) akan

lebih memilih data yang bersumber dari situasi alamiah, jika memungkinkan (Zilber & Meyer, 2022).

Data Sekunder

Data sekunder yang diambil dari internet sebagai data pendukung. Dalam konteks ekonomi permintaan, dapat didefinisikan sebagai fungsi yang mengindikasikan rencana pembelian pada tingkat tertentu. Dengan kata lain, permintaan muncul ketika konsumen memiliki kebutuhan untuk suatu produk dan juga memiliki kemampuan finansial untuk membelinya. Permintaan yang terkait dengan kemampuan finansial ini sering disebut sebagai permintaan efektif, sementara permintaan yang hanya berdasarkan kebutuhan saja disebut sebagai permintaan potensial (Darmalaksana, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Faktor yang mempengaruhi penambahan Asuransi

Pentingnya jasa asuransi semakin meningkat, baik bagi individu maupun bisnis, karena asuransi berfungsi sebagai alat keuangan yang membantu dalam mengelola risiko atas kepemilikan harta dan properti dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat juga semakin menyadari pentingnya perlindungan finansial untuk masa depan dan situasi yang tidak dapat diprediksi (Harahap et al., 2023).

Pembelian produk asuransi adalah proses dimana konsumen harus memilih

di antara beberapa opsi yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Sebelum memutuskan untuk membeli produk asuransi, konsumen akan mempertimbangkan berbagai faktor, seperti harga, kualitas, merek, dan faktor lainnya. Asuransi sendiri merupakan produk finansial yang memberikan perlindungan dan stabilitas finansial kepada konsumen dalam menghadapi risiko tertentu. Jenis produk asuransi dapat mencakup asuransi jiwa, asuransi kesehatan, asuransi kendaraan, dan lain sebagainya. Faktor-faktor seperti kebutuhan akan perlindungan, harga, manfaat, merek, dan lain sebagainya akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk asuransi (Aguspriyani et al., 2023).



Gambar 2. Hasil Wawancara

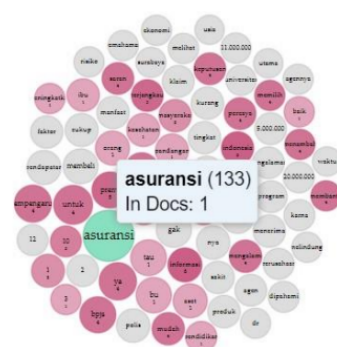
Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan para dosen dan karyawan ada yang memilih untuk menambahkan asuransinya ada juga yang tidak menambahkan asuransinya, Dari 4 narasumber yang diwawancarai, 2 diantaranya menambahkan polis asuransi, Pribadi diluar yang diberikan oleh UBAYA. Polis asuransi merupakan bukti sah mengenai perjanjian pertanggungan asuransi antara pihak penanggung dan tertanggung. Sebagai kontrak, polis asuransi memiliki perbedaan dalam format perjanjian biasa (Wasita, 2020). Narasumber 1 ingin menambah polis asuransinya menjadi 10 karena alasan investasi di masa tua dan perlindungan aset, sementara, sedangkan Narasumber 2 telah memiliki asuransi

sebelum bergabung di UBAYA. Sedangkan Narasumber 3 dan 4, yakni seorang dosen dan karyawan UBAYA, merasa cukup dengan polis asuransi yang diberikan oleh UBAYA, dari segi premi yang dibayarkan masih sangat terjangkau sesuai dengan pendapatan, sedangkan untuk suku bunga dan informasi dari pemerintah rata-rata narasumber tidak terlalu memperhatikan dan juga dan tidak mempengaruhi para narasumber mengambil keputusan untuk memakai asuransi. Citra merek memiliki dampak besar terhadap keputusan pembelian, sedangkan periklanan tidak berpengaruh pada keputusan pembelian karena konsumen lebih memprioritaskan kualitas produk. Menurut Amanda dan Aslami (2021) Sifat dan ketentuan dalam polis asuransi juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan individu dan perusahaan untuk memperoleh asuransi serta membentuk pandangan mereka tentang manfaat asuransi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu agen asuransi yang ditambah oleh narasumber menyatakan bahwa asuransi sendiri sifatnya sebagai pelengkap dari BPJS yang telah dimiliki, Pertama-tama, BPJS adalah sebuah inisiatif pemerintah yang sangat positif dalam upaya melindungi kesehatan. Namun, penting bagi masyarakat untuk menyadari bahwa program ini melibatkan prosedur yang melibatkan rujukan dan juga memiliki batasan harian dalam cakupan layanannya. Kedua, ada jenis asuransi yang berfokus pada ketenagakerjaan dan pensiun, yang dapat melengkapi manfaat BPJS. Mengapa kita masih menawarkan jenis asuransi ini? Karena pemahaman yang mendalam tentang asuransi memiliki manfaat yang besar. Lebih dari itu, jenis asuransi ini memberikan tambahan perlindungan dalam hal pendapatan, mengatasi utang, serta pengelolaan aset.

Ketiga, asuransi juga dapat digunakan untuk melindungi aset yang dimiliki seseorang. Contohnya, ini dapat diterapkan pada kasus dokter, dosen, atau bahkan seorang pengusaha. Bayangkan jika mereka tidak dapat bekerja atau menghasilkan dengan maksimal, seperti seorang dokter yang tak dapat mengajar. Dalam situasi semacam ini, program proteksi pendapatan dapat membantu seseorang menjaga pendapatan mereka bahkan ketika tidak dapat bekerja seperti biasanya. Sebagai ilustrasi, seorang pengusaha dapat memiliki perlindungan terhadap utang untuk mencegah bank menjual aset mereka jika terjadi masalah tertentu.

Berdasarkan data wawancara yang telah disimpulkan juga informasi wawancara, rata-rata para narasumber sudah pernah mengklaim asuransinya dan sejauh ini belum pernah ada yang bermasalah pada saat mengklaim asuransi, melainkan ditangani begitu cepat asalkan sebagai konsumen memenuhi syarat-syarat yang ditentukan oleh pihak asuransi.

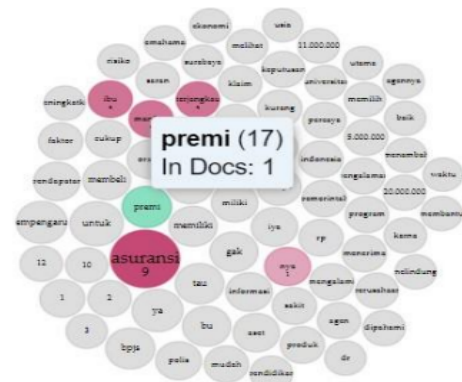


Gambar 3. Hasil yang mempengaruhi asuransi

Pengaruh terhadap permintaan asuransi melibatkan beragam dan kompleksitas faktor-faktor. Penelitian terbaru dalam ranah ekonomi dan keuangan membagi faktor-faktor tersebut menjadi dua kategori utama: faktor ekonomi dan faktor sosial. Dalam konteks faktor ekonomi, tingkat

pendapatan individu dan kelompok, bersama dengan harga premi asuransi, merupakan aspek yang memiliki dampak signifikan. Harga juga memiliki keterkaitan dengan tingkat pendapatan dan memiliki dampak terhadap saluran pasokan atau jalur pemasaran. Namun, yang paling esensial adalah bahwa keputusan terkait harga harus sejalan dengan strategi pemasaran secara keseluruhan. Dalam konteks asuransi, istilah "harga" seringkali digantikan dengan "premi," yang mengacu pada sejumlah uang yang wajib dibayarkan oleh tertanggung setiap bulan sebagai bagian dari keterlibatannya dalam asuransi. Besaran premi untuk partisipasi dalam asuransi telah ditetapkan oleh perusahaan asuransi, dengan mempertimbangkan kondisi-kondisi individu tertanggung (Rachmawati & Khuzaini, 2019).

Sebaliknya, aspek-aspek sosial seperti tingkat pendidikan, pemahaman tentang keuntungan asuransi, dan pengalaman sebelumnya dalam mengajukan klaim asuransi juga memiliki dampak signifikan pada keputusan untuk memperoleh asuransi. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang elemen-elemen ini menjadi sangat penting dalam merancang strategi pemasaran asuransi yang efektif dan untuk menanggapi perubahan dalam permintaan asuransi di masyarakat. Dari beberapa pertanyaan pada wawancara terkait faktor sosial, polis asuransi, premi, suku bunga, pendidikan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, ada beberapa faktor yang mendukung para dosen, karyawan, dan mahasiswa alasan untuk menambah atau tidaknya polis asuransi. Faktor-faktornya yang paling banyak suara antara lain premi pada asuransi.



Gambar 4. Faktor premi yang mempengaruhi asuransi

Faktor terakhir yaitu premi. Menurut Iriana dan Nasution (2019) Biaya premi asuransi adalah faktor yang memiliki dampak yang signifikan pada tingkat permintaan asuransi. Premi adalah jumlah pembayaran yang harus diserahkan oleh tertanggung kepada perusahaan asuransi, dan jumlahnya telah ditetapkan sebelumnya. Duit yang disetorkan oleh pemegang polis (tertanggung) akan digunakan oleh perusahaan asuransi untuk beberapa tujuan, seperti pembayaran manfaat kepada tertanggung, menjalankan operasional perusahaan, dan juga untuk menyisihkan sejumlah premi sebagai cadangan.

Berdasarkan hasil wawancara para narasumber semua menyatakan bahwa premi yang dibayarkan sesuai atau masih terjangkau. Para narasumber mengatakan pembayaran premi sesuai dengan kemampuannya atau pendapatannya. Berikut adalah pendapatan dan premi yang harus dibayarkan.

Berikut untuk Narasumber 1 berusia 54 tahun yang berpenghasilan > Rp.

20.000.000 dengan premi yang dibayarkan setiap bulan sebesar ±Rp.15.000.000, lalu untuk Narasumber 2 berusia 30 tahun yang memiliki penghasilan Rp.11.000.000-Rp.20.000.000 lalu premi yang

dibayarkan setiap bulan Rp. 875.000, Narasumber 3 berusia 51 tahun yang berpenghasilan Rp. 11.000.000-Rp.20.000.000 dengan premi yang dibayarkan per bulan sebesar Rp. 300.000, lalu yang terakhir Narasumber 4 berusia 39 tahun dengan penghasilan < Rp. 5.000.000 dengan premi yang dibayarkan setiap bulannya \pm Rp. 150.000.

Studi tentang dampak harga (premi), citra merek, dan kepercayaan nasabah terhadap keputusan pembelian polis asuransi menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut berpengaruh pada keputusan pembelian polis asuransi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga (premi) memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian polis asuransi. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa harga (premi) memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan nasabah dalam memilih untuk membeli polis asuransi yang ditawarkan oleh perusahaan, terutama jika harga (premi) dapat disesuaikan dengan pendapatan (kemampuan) nasabah dan memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh setiap nasabah (Rachmawati & Khuzaini, 2019).

Jadi kesimpulannya, harga premi cukup mempengaruhi alasan orang menggunakan asuransi karna wajib disesuaikan dengan pendapatan yang diterima, lalu untuk alasan narasumber menambahkan asuransi cukup relevan dengan informasi yang diberikan agen asuransi untuk memproteksi aset yang ada, dan juga pengobatan yang dapat dilakukan di luar negeri.

PENUTUP

Kesimpulan

Secara keseluruhan, pentingnya layanan asuransi semakin meningkat bagi individu dan bisnis karena berperan sebagai alat keuangan yang membantu

mengelola risiko yang terkait dengan kepemilikan harta dan properti dalam kehidupan sehari-hari. Kesadaran masyarakat terhadap perlindungan finansial untuk masa depan dan situasi yang tidak dapat diprediksi juga semakin meningkat. Proses pembelian produk asuransi melibatkan pertimbangan yang beragam, termasuk harga, kualitas, merek, dan faktor-faktor lainnya. Asuransi pada dasarnya adalah produk finansial yang memberikan perlindungan dan stabilitas finansial dalam menghadapi risiko tertentu.

Berbagai faktor seperti kebutuhan akan perlindungan, harga, manfaat, merek, dan sebagainya memengaruhi keputusan pembelian asuransi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pemahaman yang mendalam tentang asuransi dan pemilihan premi yang sesuai dengan pendapatan memainkan peran penting dalam keputusan konsumen untuk mendapatkan asuransi. Citra merek juga memiliki pengaruh yang signifikan, sementara pengaruh periklanan cenderung kurang dalam memengaruhi keputusan pembelian.

Selain itu, asuransi memiliki potensi untuk melindungi aset, menjaga pendapatan, dan mengatasi utang dalam situasi yang tidak terduga. Peran agen asuransi juga memiliki peran penting dalam memberikan informasi yang relevan kepada konsumen.

Faktor-faktor ekonomi seperti pendapatan dan harga premi, serta faktor-faktor sosial seperti pendidikan dan pengalaman sebelumnya dalam mengajukan klaim asuransi, turut memengaruhi permintaan asuransi. Harga premi memiliki dampak yang signifikan pada keputusan pembelian asuransi, yang harus disesuaikan dengan kemampuan finansial konsumen.

Terakhir, penting untuk diingat bahwa asuransi adalah instrumen penting dalam mengelola risiko dan

melindungi aset serta masa depan finansial. Keputusan untuk membeli asuransi harus didasarkan pada pemahaman yang baik tentang kebutuhan pribadi, harga yang sesuai, dan manfaat yang diberikan oleh polis asuransi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode penelitian kualitatif studi pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974-980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Aguspriyani, Y., Polindi, M., Fitriani, P. D., Darmansyah, T. T., & Setiadi, R. M. (2023). Pengaruh Strategi Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi pada Generasi Milenial. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 35-48. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/14937>
- Amanda, D. P., & Aslami, N. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(3), 288-296. DOI <https://doi.org/10.47467/visa.v1i3.813>
- Darmalaksana, W. (2020). Cara menulis proposal penelitian. Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung. <https://etheses.uinsgd.ac.id/id/eprint/30545>
- Harahap, M. S. S., Nawawi, Z. M., & Harahap, M. I. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Asuransi Pendidikan pada PT. Bumiputera Cabang Gunung Tua Tahun 2016-2020. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 695-749. <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/5597/2555>
- Imsar, I., Tambunan, K., & Manullang, A. S. D. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Asuransi Jiwa (Studi Kasus PT. Maandiri Inhealth Cabang Sibolga). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 3(3), 1488-1503. DOI: <https://doi.org/10.36987/jumsi.v3i3.4240>
- Iriana, N., & Nasution, YN (2019). Penentuan Cadangan Premi Asuransi Jiwa Seumur Hidup Menggunakan Metode Zillmer. *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi*, 16 (2), 219-225. <https://doi.org/10.20956/jmsk.v16i2.8312>
- Li, M.Z. and Ryerson, M.S. (2019), "Reviewing the DATAS of aviation research data: diversity, availability, tractability, applicability, and sources", *Journal of Air Transport Management*, Vol.75, pp. 111-130. DOI:10.1016/j.jairtraman.2018.12.004
- Namiera, A., Novika, F., & Ksudani, D. (2022). Analisis Tingkat Suku Bunga pada Tarif Premi Tunggal Bruto Produk Asuransi Jiwa Kredit. *Premium Insurance Business Journal*, 9(2), 17 - 33. <https://doi.org/10.35904/premium.v9i2.33>
- OJK.go.id (2021). Statistik Perasuransia Indonesia 2021.pdf <https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-danstatistik/asuransi/Documents/Pages/Statistik-Perasuransian-2021/Statistik%20Perasuransian%20Indonesia%202021.pdf>
- Rachmawati, A., & Khuzaini, K. (2019). Pengaruh Harga (Premi), Citra Merek Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(4). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/379>
- Superyou.co.id (2023). Pengertian Asuransi: Unsur, Fungsi, dan Jenisnya <https://superyou.co.id/blog/keuangan/apa-itu-asuransi/>
- Universitas STEKOM.ac.id (2021) Mengenal Sosial Network Analisis. <https://manajemen-informatika->

d4.stekom.ac.id/informasi/baca/Mengenal-Sosial-NetworkAnalisis/0713f37d731582f71ff8c42bc864243ef6fc2e75

- Wasita, A. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Polis Asuransi Jiwa. *Business Economic, Communication, and Social Sciences Journal (BECOSS)*, 2(1), 105-113. DOI: <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v2i1.6131>
- Zilber, T. B., & Meyer, R. E. (2022). Positioning and fit in designing and executing qualitative research. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 58(3), 377-392. <https://doi.org/10.1177/0021886322109533>