

## ABSTRAK

### PENGARUH UMUR, PENDAPATAN DAN PENGETAHUAN MENGENAI ASURANSI TERHADAP MINAT BELI PRODUK ASURANSI JIWA DI KALANGAN MILENIAL: KASUS GENERASI MILENIAL DI KOTA BOGOR

Christin Devina Vierinajaya

NIM: 182314003

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2022

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh umur, pendapatan, dan pengetahuan produk terhadap minat beli produk asuransi jiwa di kalangan milenial. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial di Kota Bogor yang berumur 21-40 tahun pada tahun 2022, sudah memiliki pekerjaan dan penghasilan serta bukan merupakan nasabah asuransi jiwa. Sampel penelitian adalah 115 responden yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data memanfaatkan kuesioner google form. Analisis data memanfaatkan analisis kuantitatif dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, secara parsial, umur dan pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk asuransi jiwa di kalangan milenial. Sementara itu, pengetahuan produk, secara parsial, berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk asuransi jiwa di kalangan milenial. Hasil penelitian ini berimplikasi pada perlunya generasi milenial, khususnya di Kota Bogor, untuk menyadari pentingnya memiliki proteksi diri seperti asuransi jiwa dan mencari informasi untuk mengakumulasi pengetahuan tentang produk asuransi. Selain itu, perusahaan asuransi perlu melakukan serangkaian upaya untuk meningkatkan penyampaian informasi dan edukasi serta berusaha meningkatkan kepercayaan calon nasabah.

**Kata kunci:** umur, pendapatan, pengetahuan produk, minat beli, asuransi jiwa, generasi milenial.

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF AGE, INCOME AND KNOWLEDGE OF INSURANCE ON  
INTEREST IN BUYING LIFE INSURANCE PRODUCTS IN MILLENNIALS:**

*A case of millenial generation in Bogor City*

*Christin Devina Vierinajaya*

*NIM: 182314003*

*Sanata Dharma University*

*Yogyakarta*

*2022*

*This study aims to analyze the effect of age, income, and product knowledge on the interest of buying life insurance products among millennials. The population of this study is the millennial generation in Bogor City who are 21-40 years old in 2022, already have a job and income and are not life insurance customers. The research sample was 115 respondents who are selected with purposive sampling technique. Data collection utilizes a google form questionnaire. Data analysis utilizes quantitative analysis with multiple linear regression. The results show that, partially, age and income have no significant effect on buying interest in life insurance products among millennials. Meanwhile, product knowledge, partially, has a significant effect on buying interest in life insurance products among millennials. The results of this study implies the need for the millennial generation, especially in the city of Bogor, to realize the importance of having self-protection such as life insurance and seek information to accumulate knowledge about insurance products. In addition, insurance companies need to make a series of efforts to improve the delivery of information and education and try to increase the trust of prospective customers.*

**Key words:** *age, income, product knowledge, buying interest, life insurance, millennial generation.*