

““Pengaruh Personal Selling, Harga Premi, dan Tingkatan Pendapatan Terhadap Minat Beli Produk Asuransi di (Studi Kasus Pada Generasi Millenial dan Gen – Z di Kota Medan)””.

Belsasar Pakpahan, Jastin Yehezkiel Batubara, Brema Sembiring

Program studi Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Asuransi merupakan sebuah mekanisme perlindungan terhadap pihak tertanggung apabila mengalami resiko di masa yang akan datang dimana pihak tertanggung akan membayar premi guna mendapatkan ganti rugi dari pihak penanggung. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, metode kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Penelitian ini menggunakan 100 sampel dari Kecamatan Medan Petisah, dengan metode cluster sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *personal selling* memiliki nilai t -statistics $2.085 > 1.96$ dan nilai p values 0.038 maka pada *personal selling* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli asuransi pada generasi z dan y di Kota Medan. Pada variabel harga premi memiliki nilai t -statistics $1.6 < 1.96$ dan nilai p values 0.1 maka pada harga premi mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat beli asuransi pada generasi z dan y di Kota Medan. Dan pada variabel tingkat pendapatan memiliki nilai t -statistics $2.089 > 1.96$ dan nilai p values 0.1 maka pada tingkat pendapatan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli asuransi pada generasi z dan y di Kota Medan. Dengan Adjusted R.Square sebesar $0,13$ yang dapat diinterpretasikan bahwa variasi variabel minat beli dapat dijelaskan oleh variabel *personal selling*, harga premi dan tingkat pendapatan sebesar 13% , sedangkan sisanya 87% dijelaskan oleh variabel lain diluar dari variabel yang diteliti.

Kata Kunci : Personal Selling, Harga Premi, Tingkatan Pendapatan, dan Minat Beli

ABSTRACT

Insurance is a mechanism of protection for the insured when experiencing a risk in the future where the insured will pay a premium to get compensation from the insurer. In this study using quantitative methods, quantitative methods are research based on the philosophy of positivism, used for research on certain populations and samples. This study used 100 samples from Medan Petisah District, using the cluster sampling method. The results of this study indicate that the personal selling variable has a t-statistics value of $2.085 > 1.96$ and a p-value of 0.038, so personal selling has a positive and significant influence on the intention to buy insurance in the z and y generations in Medan City. The premium price variable has a t-statistics value of $1.6 < 1.96$ and a p-value of 0.1, so the premium price has a positive but not significant effect on the intention to buy insurance in the z and y generations in Medan City. And at the variable income level it has a t-statistics of $2.089 > 1.96$ and a p-value of 0.1 so that the income level has a positive and significant influence on the intention to buy insurance in the z and y generations in Medan City. With an Adjusted R.Square of 0.13 it can be interpreted that variations in the interest variable can be explained by personal selling variables, price premiums and income levels of 13%, while the remaining 87% is explained by other variables outside the variables studied.

Keywords: Personal Selling, Premium Price, Income Level, and Buying Interest