

Abstraksi

Minat akan asuransi jiwa di masyarakat Jawa Tengah masih sangat rendah. Pemain bisnis asuransi jiwa semakin bertambah akan tetapi tidak diikuti dengan perkembangan kepemilikan polis asuransi jiwa nasabah baru. Penelitian ini dilakukan untuk menguraikan faktor – faktor dominan yang mempengaruhi minat beli asuransi jiwa Great Eastern Life Indonesia.

Penelitian ini menganalisis faktor kompetensi life planner dan faktor daya tarik promosi yang mempengaruhi minat beli asuransi jiwa. Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden yang belum menjadi nasabah asuransi jiwa Great Eastern dan yang sudah pernah diprospek oleh life planner Great Eastern area Jawa Tengah. Alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linier pada program SPSS.

Hasil analisis regresi memenuhi kriteria reliable, valid, bebas multikolonieritas, homoskedastisitas, dan memenuhi normalitas. Model penelitian yang diajukan memenuhi *Goodness of Fit* dengan nilai $F = 275,788$ dan $R\text{-square} = 0,847$ dan signifikan. Temuan empiris ini mengindikasikan bahwa kompetensi life planner berpengaruh positif terhadap minat beli dengan nilai korelasi 0,538; daya tarik promosi berpengaruh positif terhadap minat beli dengan nilai korelasi 0,496.

Kata Kunci : Kompetensi, Promosi, Minat Beli, dan Asuransi Jiwa