

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH ASURANSI KESEHATAN: LITERATURE REVIEW

Raisya Shafa Azzahra^{*1}, Dewi Syaidah Nafisah², Riswandy Wasir³, Cahya Arbitera⁴
^{1,2,3,4} Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

INFO ARTIKEL

*Corresponding Author

2110713029@mahasiswa.upnvj.ac.id

DOI:

ABSTRAK

Asuransi kesehatan menjadi bagian penting dalam upaya menjaga kesejahteraan masyarakat. Di Indonesia, terdapat beragam pilihan asuransi kesehatan yang sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih asuransi kesehatan. Metode yang digunakan adalah tinjauan pustaka terhadap artikel-artikel yang relevan dari tahun 2019 hingga 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti karakteristik personal, faktor sosial, kualitas pelayanan, pengetahuan, motivasi, promosi, dan norma budaya memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Faktor pribadi seperti pekerjaan orang tua, kondisi ekonomi, dan gaya hidup turut memengaruhi keputusan pembelian asuransi kesehatan. Selain itu, faktor sosial seperti hubungan dengan keluarga dan kelompok referensi juga berperan dalam pengambilan keputusan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan asuransi, tingkat pengetahuan konsumen, motivasi untuk melindungi diri dari risiko kesehatan, promosi produk asuransi, dan norma budaya juga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya perusahaan asuransi untuk mempertimbangkan faktor-faktor ini dalam merancang strategi pemasaran yang efektif.

Kata kunci: Asuransi kesehatan, keputusan konsumen, faktor-faktor pengaruh, strategi pemasaran, layanan kesehatan.

ABSTRACT

Health insurance is a crucial component in safeguarding societal well-being. In Indonesia, there is a wide array of health insurance options tailored to consumers' capabilities and needs. This study aims to analyze the factors influencing consumer decisions in selecting health insurance. The method employed is a literature review of relevant articles spanning from 2019 to 2024. The findings indicate that factors such as personal characteristics, social factors, service quality, knowledge, motivation, promotion, and cultural norms significantly impact consumer decisions. Personal factors like parental occupation, economic status, and lifestyle also influence insurance purchase decisions. Moreover, social factors such as family relationships and reference groups play a role in decision-making. The quality of service provided by insurance companies, consumer knowledge levels, motivation to protect oneself from health risks, insurance product promotions, and cultural norms are also pivotal in purchase decisions. These findings underscore the importance for insurance companies to consider these factors when designing effective marketing strategies.

Keywords: Health insurance, consumer decisions, influencing factors, marketing strategies, healthcare services

PENDAHULUAN

Kesehatan termasuk bidang yang menjadi fokus perhatian bagi masyarakat seluruh dunia. Terdapat berbagai upaya yang dilakukan oleh masyarakat maupun pemerintah dalam rangka mendukung kemajuan sektor kesehatan. Adapun salah satu konsep pada sektor kesehatan yang sedang digagas untuk meminimalisir risiko manusia mengalami sakit yaitu adanya asuransi kesehatan. Konsep ini menjadi hal yang penting dalam menanggulangi resiko sebab dalam menjalankan kehidupan, manusia selalu dihadapkan oleh berbagai risiko. Risiko yaitu peristiwa ketidakpastian, namun ketika terjadi bisa menyebabkan kerugian. Hal ini semacam suatu musibah tidak terprediksi dan terjadi mendadak yang mengakibatkan kerugian secara materi maupun non-materi. Pada dasarnya, risiko tidak bisa dihilangkan namun bisa diminimalisir melalui berbagai upaya, salah satunya melalui fasilitas asuransi kesehatan untuk mengatasi risiko sakit.¹ Program asuransi kesehatan ini

terus ditingkatkan oleh World Health Organization (WHO) sehingga pemerintah mendorong masyarakat agar tergabung dalam Program Jaminan Sosial Nasional (SSJN) untuk mencapai Universal Health Coverage (UHC).² Melalui adanya UHC ini, setiap warga negara mendapatkan sistem jaminan kesehatan yang membuat masyarakat mendapat akses secara adil terhadap pelayanan kesehatan promotif, preventif, kuratif dan rehabilitatif, berkualitas dan biayanya terjangkau.

Asuransi kesehatan merupakan jenis asuransi yang harus dimiliki oleh konsumen. Hal ini berkaitan dengan kehidupan manusia yang berlangsung dinamis tentu saja dihadapkan adanya risiko kemungkinan sakit. Adanya "risiko" ini bisa mengakibatkan kerugian pada individu seperti ketika sedang sakit dapat terjadi berbagai ketidakpastian yang berimplikasi terhadap biaya pengobatan yang bisa saja membengkak dan menjadi beban bagi perekonomian suatu rumah tangga. Kondisi inilah yang kemudian disebut sebagai catastrophic illness yaitu kejadian sakit yang menyebabkan bencana ekonomi untuk pasien maupun keluarganya. Adapun asuransi kesehatan ini menjadi salah satu upaya dalam mengatasi risiko sakit dengan sejumlah unsur yang perlu dipenuhi yaitu adanya perjanjian, adanya pemberian perlindungan dan pembayaran premi oleh masyarakat. Asuransi kesehatan diartikan sebagai asuransi yang memiliki objek berupa jiwa. Tujuan asuransi kesehatan yaitu mengalihkan risiko biaya sakit dari tertanggung kepada penanggung sehingga penanggung berkewajiban membiayai dan melayani perawatan kesehatan terhadap tertanggung ketika kondisi sakit.³ Dengan demikian, adanya asuransi kesehatan dapat memastikan seorang konsumen dalam kondisi sakit untuk memperoleh pelayanan yang diperlukan tanpa harus mempertimbangkan kondisi ekonomi sebab terdapat pihak yang memberikan jaminan dan pertanggungjawaban terhadap biaya pengobatan dan perawatan. Pihak ini disebut insurer atau dalam UU Asuransi disebut asuradur.

Di Indonesia terdapat berbagai jenis asuransi kesehatan yang ditawarkan dan bisa dimanfaatkan oleh konsumen sesuai kemampuan dan tujuan yang hendak didapatkan. Data jenis asuransi kesehatan di Indonesia berdasarkan Laela, et al..⁴ terbagi dalam tiga kategori yaitu 1) asuransi kesehatan berdasarkan jenis perawatan yaitu rawat inap (menanggung biaya rumah sakit ketika rawat inap) dan rawat jalan (menanggung biaya perawatan medis misalnya diagnosa dokter, cek laboratorium, pembelian obat); 2) asuransi kesehatan menurut badan penyelenggara yaitu pemerintah misalnya BPJS kesehatan maupun pihak swasta; 3) asuransi kesehatan berdasarkan pihak tertanggung seperti personal yang menanggung individu perorangan atau kolektif/kelompok yang menanggung seluruh anggota kelompok misal keluarga atau perusahaan. Sementara itu, berdasarkan jenis asuransi yang berkembang di Indonesia yaitu 1) asuransi kesehatan sosial (social health insurance) misalnya PT Akses bagi PNS dan penerima pensiun sementara PT Jamsostek bagi tenaga kerja swasta; 2) asuransi kesehatan komersial perorangan (private voluntary health insurance) misalnya Lippo Life, BNI Life, Takaful, Tugu Mandiri; 3) asuransi kesehatan komersial kelompok (regulated private health insurance) misalnya asuransi kesehatan Sukarela oleh PT Askes.⁵

Asuransi kesehatan ini menjadi integrasi sistem pemeliharaan dan pembiayaan kesehatan. World Bank menyatakan bahwa terdapat tiga jenis asuransi kesehatan yang ada. Asuransi kesehatan sosial atau publik (social health insurance) yaitu jenis asuransi dimana pembiayaan dilakukan oleh peserta sendiri sementara apabila tenaga kerja maka pihak yang menanggung yaitu pengusaha dengan karyawannya. Asuransi sosial sifatnya wajib dan tertuang dalam peraturan perundang-undangan. Asuransi kesehatan dan kecelakaan komersial (private voluntary health insurance) yaitu asuransi kesehatan swasta dengan pendirian yang sifatnya profit. Pada jenis asuransi ini, terdapat berbagai pihak swasta yang berkompetisi dengan menurunkan biaya premi sehingga masyarakat memiliki kesempatan dalam memilih. Asuransi kesehatan dan kecelakaan non komersial (regulated voluntary health insurance) yaitu asuransi kesehatan yang berupaya melakukan pengendalian dana agar premi lebih terjangkau dan sifat pemeliharanya yaitu komprehensif. Program ini dilaksanakan dengan dasar non profit demi memberikan pelayanan kesehatan.⁶

Dari berbagai jenis asuransi kesehatan tersebut, penting bagi konsumen untuk memilih jenis asuransi kesehatan yang paling tepat bagi konsumen. Asuransi kesehatan penting dimiliki oleh konsumen mengingat di jaman saat ini biaya pengobatan dan rumah sakit terbilang mahal sehingga risiko sakit membutuhkan jaminan yang tepat melalui asuransi kesehatan. Hal ini menjadikan setiap orang sebagai konsumen harus mulai mempertimbangkan partisipasinya pada program asuransi kesehatan untuk meringankan biaya tak terduga ketika dihadapkan pada risiko sakit. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik diketahui terdapat 69,62% penduduk Indonesia di tahun 2022 sudah memiliki jaminan kesehatan. Persentase ini meningkat sebanyak 1,26% dibanding tahun sebelumnya yaitu 68,35% sehingga mengindikasikan adanya kemajuan pesat di sektor kesehatan.⁷ Data tersebut menunjukkan bahwa sudah banyak masyarakat yang menentukan dan memilih jenis asuransi kesehatan yang dianggap tepat dan paling sesuai dengan kebutuhan maupun kondisi masing-masing individu. Pemilihan asuransi yang tepat ini tentu didasari sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan terkait jenis asuransi kesehatan yang dipilih untuk memberikan jaminan kesehatan pada masa mendatang. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini akan mengkaji dan menganalisis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih asuransi kesehatan.

METODE

Dalam menyusun penelitian ini, metode yang digunakan adalah literatur review, di mana pencarian literatur dilakukan dengan mencari, mengumpulkan, dan menganalisis data dari penelitian sebelumnya yang relevan pada tahun 2019-2024 sesuai dengan kata kunci bahasa Indonesia, yaitu "asuransi kesehatan", "faktor yang memengaruhi", "keputusan konsumen", "strategi pemilihan", "pelayanan kesehatan" dan kata kunci bahasa Inggris, yaitu "health insurance", "influencing factors", "consumer decisions", "selection strategies", "health services." Pencarian literatur dilakukan melalui sumber-sumber terpercaya seperti Google Scholar dan Pubmed. Pada tahap awal pencarian artikel jurnal diperoleh 11.901 artikel dari rentang tahun 2019-2024. Kriteria inklusi yang digunakan adalah artikel membahas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam memilih asuransi kesehatan. Kriteria eksklusi yang digunakan adalah artikel yang terbit sebelum tahun 2019, artikel yang tidak sesuai dengan kriteria, dan artikel yang tidak lengkap. Berdasarkan seleksi kriteria inklusi dan eksklusi, diperoleh 6 artikel yang akan digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Literature Review

No	Penulis/Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1	Sofuwan, T., & Nurahmi, M. (2015)	Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi pada PT. Sequislife Insurance Cabang Palembang. ⁸	Kuantitatif asosiatif	Berdasarkan hasil penelitian, faktor budaya dan faktor sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan konsumen, sementara faktor pribadi dan faktor psikologis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk asuransi di PT. Sequislife Insurance cabang Palembang.
2	Cenora, E., & Hermawan, D. (2022)	Asuransi dan Pandemi Covid-19: Peran Persepsi Konsumen dalam Keputusan Pembelian. ⁹	Kuantitatif asosiatif dengan kuesioner dan observasi	Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3	Sissah, Nofriza E., & Az-zahra, S. (2023)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Syariah (Studi Pada Nasabah PT. Asuransi Jasa Raharja Putera Cabang Jambi) ¹⁰	Kuantitatif deskriptif	Berdasarkan hasil penelitian, secara parsial kualitas pelayanan, variabel produk, dan besaran premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi syariah pada PT. Jasa Raharja Bumi Putera Cabang Jambi.
4	Abdi, Y. (2021)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Asuransi Dalam Memilih Produk Kesehatan Pada PT. Asuransi Prudential Syariah Cabang Binjai ¹¹	Kuantitatif dengan menggunakan kuesioner	Berdasarkan hasil penelitian, dinyatakan bahwa pengetahuan, motivasi, dan promosi memberikan pengaruh yang positif terhadap pilihan nasabah asuransi kesehatan PT. Asuransi Prudential Syariah Cabang Binjai
5	Afriyani, I., Nurhayati., & Kusumastuti, S, Y. (2023)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Terhadap Produk Asuransi Kesehatan ¹²	Eksploratif dengan menggunakan metode analisis SEM PLS	Berdasarkan hasil penelitian, promosi dan proses berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
6	Qoriyani, H, F (2022)	Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Kesehatan Allisya Care Sidoarjo ¹³	Kuantitatif yang terdapat 2 independent dan 1 dependent	Berdasarkan hasil penelitian, budaya dan motivasi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian asuransi kesehatan Allisya Care Sidoarjo

PEMBAHASAN

Dalam memilih produk asuransi kesehatan, konsumen tentunya akan mempertimbangkan beberapa hal. Hasil penelitian dari 6 (enam) jurnal menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih asuransi kesehatan, di antaranya:

1. Faktor pribadi

Faktor pribadi merupakan karakteristik psikologis individu yang berbeda-beda, sehingga menghasilkan tanggapan atau perilaku yang relatif stabil dan berlangsung lama terhadap lingkungan¹⁴. Perilaku seseorang dalam membeli sesuatu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor

kepribadian dari konsumen itu sendiri. Selain itu, faktor pribadi juga didefinisikan sebagai kondisi di mana seseorang memiliki kemampuan untuk membuat keputusan berdasarkan keinginannya sendiri tanpa adanya tekanan dari orang lain¹⁵. Kepribadian seseorang dihasilkan dari berbagai faktor, seperti pekerjaan orang tua, kondisi ekonomi, dan gaya hidup. Semakin tinggi posisi pekerjaan orang tua, stabilitas ekonomi, dan peningkatan gaya hidup, maka semakin tinggi kemungkinannya untuk membeli suatu produk⁸. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Utama, A.¹⁶ bahwa faktor pribadi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian polis asuransi.

2. Faktor sosial

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen. Faktor sosial dapat dilihat dari hubungan dengan teman, keluarga, dan orang tua dalam memengaruhi keputusan pembelian. Semakin tinggi hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian¹⁴. Meskipun faktor sosial menunjukkan hubungan positif dengan keputusan pembelian konsumen, namun faktor sosial memiliki pengaruh yang tidak signifikan dalam pembelian produk asuransi⁸. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Utama, A.¹⁶ yang menjelaskan bahwa faktor sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian polis asuransi.

3. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan nasabah dalam memilih asuransi¹⁰. Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabah dapat memengaruhi keputusan nasabah untuk memilih perusahaan asuransi tertentu atau tetap menggunakan perusahaan asuransi yang sudah mereka gunakan sebelumnya. Kualitas pelayanan yang baik menimbulkan pandangan bahwa manfaat yang diperoleh akan sepadan dengan biaya iuran yang dibayarkan¹⁷.

4. Pengetahuan

Pengetahuan konsumen atau *customer knowledge* adalah sejumlah pengalaman dan informasi yang dimiliki seseorang terkait dengan produk atau jasa tertentu¹¹. Hal ini penting untuk konsumen, karena dengan meningkatnya pengetahuan konsumen akan terinformasi dengan baik mengenai produk dan layanan dari asuransi kesehatan yang cenderung membuat keputusan lebih bijak. Rendahnya literasi juga mempengaruhi pengetahuan konsumen terhadap partisipasi pemilihan produk asuransi². Pengetahuan berperan mengubah perilaku konsumen dalam memilih asuransi kesehatan sebelum memutuskan untuk membeli premi (iuran)¹⁸.

5. Motivasi

Motivasi adalah keinginan yang mendorong seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan sesuatu dengan lebih semangat mencapai tujuan yang diinginkan. Dorongan untuk termotivasi bisa berasal dari dalam diri sendiri maupun dari luar. Motivasi memiliki kemampuan untuk mengubah perilaku individu atau kelompok¹³. Ketidakpastian akan risiko kesehatan di masa depan dalam upaya melindungi diri mereka, keluarga serta risiko finansial yang timbul akibat biaya pengobatan yang mahal, maka konsumen akan termotivasi untuk mencari dan memilih polis asuransi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

6. Promosi

Upaya promosi yang dilakukan oleh tim pemasaran terhadap produk asuransi kesehatan tentu bisa memengaruhi keputusan konsumen. Individu sebagai pelanggan akan cenderung tertarik untuk memilih produk asuransi kesehatan karena kemampuan tim pemasaran dalam menarik minat mereka sebagai calon pelanggan¹¹. Dari hasil penelitian Abdi, Y.¹¹ dan Afriyani¹² menjelaskan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap pemilihan produk asuransi, hal ini sejalan dengan penelitian Sipakoli, S.¹⁹ yang menyatakan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk asuransi. Komunikasi pemasaran merupakan kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, memengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pasar target tentang perusahaan dan produknya agar mereka mau menerima, membeli, dan tetap setia pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Tujuan utama dari promosi adalah untuk memberikan informasi, memengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pelanggan target mengenai perusahaan dan seluruh rangkaian pemasarannya¹⁹. Dalam pemilihan produk asuransi, promosi penting untuk memberikan pemahaman yang tepat kepada calon pelanggan mengenai manfaat produk asuransi, memengaruhi mereka untuk memilih produk asuransi tersebut, dan mengingatkan mereka akan pentingnya perlindungan yang diberikan oleh asuransi.

7. Budaya

Budaya merupakan warisan berupa nilai, keyakinan, adat istiadat, dan tradisi yang diperoleh oleh individu atau kelompok dari generasi sebelumnya. Ini mencakup segala hal yang telah diciptakan oleh manusia dan berhubungan dengan kehidupan sosial, termasuk pengetahuan, seni, dan kepercayaan. Karena telah tertanam dalam masyarakat selama bertahun-tahun, kebiasaan dan keyakinan ini sulit untuk diubah karena telah menjadi bagian yang melekat dalam kehidupan sehari-hari¹³. Norma-norma sosial yang berkembang dalam budaya tertentu mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kebijakan asuransi kesehatan, termasuk apakah memiliki asuransi dianggap sebagai tindakan yang bijaksana atau penting. Norma-norma ini dapat mempengaruhi tingkat partisipasi dalam memilih program asuransi kesehatan. Menurut hasil penelitian Qoriyani¹³, faktor budaya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini sejalan dengan penelitian Utama, A¹⁶ yang menjelaskan bahwa faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli polis asuransi.

KESIMPULAN

Kesimpulan secara menyeluruh menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih asuransi kesehatan. Faktor pribadi, seperti karakteristik individu, termasuk kepribadian, pekerjaan orang tua, dan gaya hidup, telah terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam memilih polis asuransi. Meskipun faktor sosial, seperti kelompok referensi, keluarga, dan peran serta status sosial, juga memainkan peran dalam keputusan konsumen, pengaruhnya dalam pembelian produk asuransi cenderung tidak signifikan.

Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan asuransi, tingkat pengetahuan konsumen, motivasi untuk melindungi diri dan keluarga dari risiko kesehatan, upaya promosi yang dilakukan, serta pengaruh budaya juga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih asuransi kesehatan.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini secara holistik, perusahaan asuransi dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan menyesuaikan produk mereka dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Selain itu, pemerintah dan lembaga terkait dapat menggunakan temuan ini sebagai dasar untuk merumuskan kebijakan yang mendukung peningkatan akses dan partisipasi masyarakat dalam program asuransi kesehatan.

REFERENSI

1. Agustina, M. (2019) 'Implementasi Metode Multi Factor Evaluation Process (Mfep) Dalam Membuat Keputusan Untuk Memilih Asuransi Kesehatan', *Jurnal Ilmiah Matrik*, 21(2), pp. 108–117. Available at: <https://doi.org/10.33557/jurnalatrik.v21i2.574>.
2. Laturakhmi, Y.F., Swastikawara, S. and Wardasari, N. (2020) 'Analisis Perilaku Masyarakat Pedesaan Terhadap Asuransi Kesehatan Nasional Dalam Perspektif Komunikasi Kesehatan', *Komunitas : Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 12(2), pp. 87–100. Available at: <https://doi.org/10.23917/komunitas.v12i2.10040>.
3. Taswin et al. (2022) *Buku Ajar Asuransi Kesehatan*. Jakarta: CV Feniks Muda Sejahtera.
4. Laela, D.S., Nurnaningsih, H. and Chaerudin, D.R. (2022) *Pengantar Manajemen Pelayanan Kesehatan Gigi*. Pekalongan: Penerbit NEM.
5. Efendi, F. and Makhfudli (2019) *Keperawatan Kesehatan Komunitas*. Jakarta: Salemba Medika.
6. Supriyanto, S., Ernawaty and Budi, F.E. (2018) *Sistem Pembiayaan dan Asuransi Kesehatan*.
7. Yusrani, K.G. et al. (2023) 'Studi Literatur : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat dalam Memilih Asuransi Kesehatan', *Jurnal Medika Husada*, 3(1), pp. 37–50. Available at: <https://doi.org/10.59744/jumeha.v3i1.39>.
8. Sofuwan, T. M., & Nurrahmi, M. (2015). Pengaruh karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian produk asuransi pada PT Sequislife Insurance Cabang Palembang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 1–14.
9. Cenora, E., & Hermawan, D. (2022). Asuransi dan Pandemi Covid-19: Peran Persepsi Konsumen dalam Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(3), 386–394. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i3.1033>
10. Sissah, & dkk. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Syariah (Studi Pada Nasabah PT. Asuransi Jasa Raharja Putera Cabang Jambi). *Journal of Student Research (JSR)*, Vol.1, No.5(5), 438–458. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i5>
11. Yudistira Abdi. (2021). Asuransi Dalam Memilih Produk Kesehatan Pada Pt . Asuransi Prudential Syariah. 1(2), 25–40.

12. Afriyani, I., Nurhayati, & Sri Yani Kusumastuti. (2023). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Terhadap Produk Asuransi Kesehatan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 291–302. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15407>
13. Qoriani, H. F. (2022). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Dalam Keputusan Pembelian Asuransi Kesehatan Allisya Care Sidoarjo. *Tijarah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(3), 8–14.
14. Munandar. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Kopi Espresso. *Jurnal Visioner Dan Strategis*, 6(1), 1–9.
15. Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 99–107. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.195>
16. Utama, A. Y. P. (2018). Analisis pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian polis asuransi. *Management and Business Review*, 2(1), 50–61. <https://doi.org/10.21067/mbr.v2i1.4724>
17. Nugroho, S. (2023). Analysis of The Influence of Personal Factors and The Quality of Health Facilities Services and The Quality of Insurance Services on The Intention to Pay Health Insurance Contributions With Participant Satisfaction as an Intervening Variable. *International Journal of Social Service and Research*, 3(9), 2193–2205. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v3i9.534>
18. Rafidah, F., Adi, S., & Ulfah, N. H. (2019). Faktor Predisposing, Enabling Dan Reinforcing Dengan Keputusan Pembelian Premi Bpjs Kesehatan. *Preventia : The Indonesian Journal of Public Health*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.17977/um044v4i1p23-35>
19. Sipakoly, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Asuransi (Studi Kasus Produk Sinarmas MSIG life Link 88 pada PT. Asuransi Jiwa SinarmasMSIG life Cabang Ambon). *Jurnal Maneksi*, 8(2), 243–253. <https://doi.org/10.31959/jm.v8i2.330>