ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh literasi keuangan generasi Z dan juga kualitas produk asuransi jiwa di Indonesia *gender* dalam mempengaruhi minat beli seseorang terhadap asuransi jiwa di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis pendekatan hubungan deskriptif. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan perhitungan menggunakan rumus Bernoulli, dengan jumlah responden sebanyak 384 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model - Partial Least Square* (SEM-PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan (X_1) dan kualitas produk (X_2) tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat beli (Y) dimana nilai *p-values* dari kedua variabel $< 0,05$. Temuan lainnya juga menyatakan bahwa *Gender* (Z) tidak memediasi secara signifikan terhadap literasi keuangan dan kualitas produk. Kesimpulan pada penelitian ini, bahwa faktor yang membuat generasi Z tertarik membeli produk asuransi dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap literasi keuangan dan kualitas produk. Lebih spesifiknya persepsi faktor kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat generasi Z dalam membeli produk asuransi jiwa di Indonesia. Temuannya menunjukkan bahwa dari kedua variabel tersebut, kualitas produk dapat menjadi prediktor terkuat dalam memprediksi minat generasi Z untuk membeli produk asuransi jiwa. Literasi keuangan tidak dapat memprediksi minat generasi Z dalam membeli produk asuransi secara signifikan.

Kata kunci : literasi keuangan, kualitas produk, *gender*, minat beli