

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil interpretasi dan analisis yang dijelaskan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Besaran premi (X1) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat masyarakat (Y), hal ini diketahui dari nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel besaran premi (X1) adalah 3,257 atau lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,985 dan nilai signifikansinya  $0,002 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pada variabel X1 terhadap variabel Y, dimana apabila variabel independen mengalami kenaikan atau menurun maka variabel dependennya pun akan terpengaruhi.
2. Strategi promosi (X2) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat masyarakat (Y), hal ini diketahui dari nilai  $t_{hitung}$  pada variabel strategi promosi (X2) adalah 7,447 atau lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,985 dan nilai

signifikannya  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pada variabel X2 terhadap variabel Y, dimana apabila variabel independen mengalami kenaikan atau menurun maka variabel dependennya pun akan terpengaruhi.

3. Besaran premi (X1) dan strategi promosi (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat masyarakat (Y), hal ini diketahui dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $568,337 >$  nilai  $F_{tabel}$  yaitu  $3,09$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan X2 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y, dimana apabila variabel independen mengalami kenaikan atau menurun maka variabel dependennya pun akan terpengaruhi.

## **B. Saran**

Adapun saran penelitian yang ingin disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan asuransi syariah diharapkan agar bisa mempertahankan elektabilitas dan meningkatkan

inovasinya pada saat promosi mengenai produk asuransi syariah, terutama untuk masyarakat pedesaan sendiri seperti dalam penelitian ini. Karena kebanyakan para masyarakat umum kurang mengetahui dan kurang paham mengenai asuransi syariah, maka promosi sekaligus edukasi terkait asuransi syariah harus lebih variatif dan kreatif. Agar tidak hanya minat masyarakat yang meningkat dan tertarik untuk menggunakan asuransi syariah, tetapi mereka juga mendapatkan wawasan atau pemahaman baru mengenai apa itu asuransi syariah dan pentingnya sebuah asuransi untuk masa depan nanti.

2. Untuk peneliti selanjutnya, berkaitan dengan variabel penelitian terkait asuransi syariah ini diharapkan lebih banyak variabel lain yang dibahas dan cakupan responden yang terlibat lebih luas, sehingga bisa menjadi sarana penelitian sekaligus edukasi terkait variabel yang dijadikan masalah penelitian.