

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan “pengaruh *brand image* dan *digital marketing* terhadap minat masyarakat pada asuransi syariah (studi pada komunitas motor vespa UIN SMH Banten) maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut;

1. Hasil uji parsial dari penelitian ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  untuk variable brand image (X1) adalah 2.503 dan nilai  $t_{table}$  yaitu 1.677 yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{table}$  (2.503 > 1.677) dengan nilai probabilitas signifikan 0,016 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Masyarakat pada Asuransi Syariah.
2. Hasil uji parsial pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk variable Digital Marketing (X2) adalah 0,190 dan  $t_{table}$  1.677, yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} < t_{table}$  (0,190 < 1.677) dengan nilai signifikan 0,850 > 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  di terima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti digital marketing tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat pada Asuransi Syariah.
3. Berdasarkan hasil uji simultan nilai signifikan untuk pengaruh Brand Image (X1) dan Digital Marketing (X2) secara silmutan terhadap Y sebesar 0,008 < 0,05 dan nilai F hitung 5.361 > 3.20 sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak bahwa  $H_a$  diterima, yang

berarti Brand Image dan Digital Marketing secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Masyarakat pada Asuransi Syariah.

4. Nilai R square sebesar 0,186, yang setara dengan 18,6%, tercapai dalam pengujian determinasi. Ini mengindikasikan bahwa minat masyarakat dipengaruhi oleh brand image dan pemasaran digital. Namun, sebanyak 81,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diselidiki dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

1. Bagi Perusahaan asuransi syariah untuk lebih meningkatkan brand image karena menjadi pengaruh minat pada konsumen dalam menggunakan asuransi syariah. Perusahaan asuransi syariah diharapkan mempertahankan citra yang baik untuk menjaga pandangan masyarakat terhadap mereka, sambil memanfaatkan pemasaran digital secara optimal untuk menarik minat lebih banyak orang dalam menggunakan asuransi syariah.
2. Bagi Komunitas Motor, sebaiknya untuk mencari informasi terkait mengenai asuransi syariah karena jika terjadi risiko kecelakaan di jalan raya ataupun kehilangan sepeda motor Perusahaan asuransi akan menanggung ini dengan baik.
3. Untuk langkah penelitian yang lebih lanjut, disarankan untuk memperluas dan meningkatkan kualitas studi ini melalui inklusi variabel baru atau melibatkan subyek penelitian yang berbeda agar memahami faktor-faktor yang mungkin memengaruhi Minat Masyarakat