

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Adapun, kesimpulan dalam penelitian ini adalah bahwa variabel penerapan pemasaran syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan menjadi peserta asuransi kecelakaan diri Takaful Umum. Hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis berdasarkan uji hipotesis dengan Uji t. Diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 7,165 lebih besar dari t tabel yakni 1,990 ( $7,165 > 1,990$ ). Sehingga,  $H_1$  yang menyatakan variabel penerapan pemasaran syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi peserta asuransi kecelakaan diri Takaful Umum Mahasiswa UIN SMH Banten tahun 2018 diterima. Dan  $H_0$  yang menyatakan sebaliknya ditolak.

#### **B. Saran**

Adapun, saran yang dapat penulis kemukakan dengan adanya hasil penelitian ini adalah:

1. Diketahui variabel penerapan pemasaran syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel

keputusan menjadi peserta asuransi kecelakaan diri Takaful Umum, sehingga dianjurkan bagi pengambil kebijakan pada perusahaan Takaful Umum, untuk lebih memperkuat penerapan pemasaran syariah pada perusahaan tersebut.

2. Diketahui variabel penerapan pemasaran syariah berpengaruh terhadap variabel keputusan menjadi peserta asuransi kecelakaan diri Takaful Umum sebesar 39,4%. Sisanya, dipengaruhi oleh variabel lain. Sehingga, dianjurkan bagi pengambil kebijakan, pembaca maupun pengguna hasil penelitian serta peneliti lain yang hendak melakukan penelitian yang berkaitan dengan variabel penerapan pemasaran syariah dan pengaruhnya terhadap keputusan menjadi peserta untuk memperhatikan juga variabel-variabel lain.