

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel promosi (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat (Y), ditunjukkan dengan nilai sig  $0,501 > 0,05$ . Variabel lokasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat (Y), ditunjukkan dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$ .
2. Variabel promosi dan variabel lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat pada asuransi syariah ditunjukkan dengan nilai sig  $0,005 < 0,05$ . Dengan tingkat koefisien korelasi sebesar 0,383 yang berarti variabel promosi dan lokasi terhadap minat dinyatakan masih rendah karena berada pada interval 0.20 – 0.399, dan koefisien determinasi sebesar 0,146 atau 14,6% yang berarti variabel minat dijelaskan oleh

variabel promosi dan lokasi sebesar 0,146 atau 14,6% sedangkan sisanya  $100\% - 14,6\% = 85,4\%$  dipengaruhi faktor lain diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang dapat diambil terkait dengan hasil penelitian ini adalah:

1. Untuk masyarakat di himbau agar dapat mencari informasi dari berbagai aspek manapun contohnya dari media social ataupun dari media cetak. Agar dapat membuka pemahaman yang lebih luas mengenai asuransi syariah . Dalam hal ini tidak hanya mengandalkan informasi-informasi dari pemerintah dan orang lain.
2. Untuk perusahaan asuransi syariah diharapkan lebih mendalam sosialisasi kepada masyarakat tentang asuransi syariah. Agar masyarakat mengetahui dan mengenal asuransi syariah.