

BAB V

KESIMPILAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dengan ini penulis memberikan kesimpulan bahwa:

1. Terdapat pengaruh nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t 1,356 > 1,984 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pemasaran berbasis digital (x) terhadap minat beli asuransi syariah (y), hasil uji koefisien determinasi pada SPSS 25 diperoleh nilai sebesar 0,568 atau 56,8%. hal tersebut menunjukkan tingkatan yang sedang, yaitu berada di antara 0,40 – 0,599

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran – saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak – pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran – saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi minat masyarakat berasuransi syariah.
2. Bagi masyarakat Indonesia diharapkan terus meningkatkan literasi digital, kemudian mengimplementasikan ke dalam memilih produk asuransi syariah karena di zaman sekarang di zaman serba digital seperti saat ini perkembangan pemasaran digital sangat pesat dan potensinya sangat baik dan diharapkan perusahaan asuransi syariah di Indonesia mengetahui cara paling efektif untuk memperkenalkan serta memberikan wawasan pengetahuan tentang asuransi syariah agar masyarakat mudah memahaminya