

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Pemahaman Nasabah Tentang Asuransi Terhadap keputusan menggunakan produk personal accident, kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut; Terdapat pengaruh antara Pemahaman nasabah terhadap keputusan menggunakan produk personal accident pada PT Asuransi Jiwa Syariah Cabang Palembang. Hal ini didukung dengan hasil T_{hitung} sebesar 9,163 artinya, $T_{hitung} > T_{tabel}$ $9,163 > 2,014$. Dan signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis diterima. Serta diketahui dari data hipotesis koefisien determinasi (*adjusted RSquare*) sebesar 0,643 yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap dependen (Y) sebesar 64,3%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 64,3% sedangkan sisanya 35,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak masuk dalam penelitian. Dengan demikian hipotesis mengatakan bahwa diduga pemahaman nasabah mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan menggunakan produk personal accident di PT Asuransi Syariah Cabang Palembang

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan simpulan di atas maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan data yang telah dihimpun, disarankan agar perusahaan mampu meningkatkan pemahaman nasabah khususnya nasabah PT Asuransi Syariah Cabang Palembang yang menjalankan konsep syariah melalui media elektronik, seperti televisi, internet dan radio. Dengan pesatnya kemajuan teknologi dan informasi yang ada saat ini. Peningkatan pemahaman nasabah terhadap prinsip-prinsip syariah akan semakin tinggi lagi dengan memanfaatkan social media, sehingga mempermudah komunikasi yang baik antara perusahaan dengan nasabah.
2. PT Asuransi Syariah Cabang Palembang diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan seperti memperluas jaringan kantor cabang, meningkatkan variasi produk melalui inovasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya untuk mengembangkan variabel lain, ada sebesar 36,7% lagi faktor lain yang perlu diperhatikan untuk dapat meningkatkan keputusan penggunaan produk. misalnya Pengaruh harga, pengaruh promosi pengaruh premi dan lain-lain.