

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil analisis yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji signifikansi secara simultan (Uji F) menyatakan variabel *brand image* (X1) dan kemudahan akses (X2), semua variabel ini mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel atensi generasi milenial (Y). Dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa variabel *brand image* dan variabel kemudahan akses berpengaruh secara simultan terhadap variabel atensi generasi milenial.
2. Berdasarkan uji signifikansi secara parsial (Uji T) menyatakan bahwa hasil dari pengujian hipotesis dapat diketahui dari variabel *brand image* (X1) nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa variabel *brand image* berpengaruh secara parsial terhadap variabel atensi generasi milenial. Variabel kemudahan akses (X2) nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa variabel kemudahan akses berpengaruh secara parsial terhadap variabel atensi generasi milenial.
3. Variabel yang lebih dominan berpengaruh antara *brand image* dan kemudahan akses pada asuransi syariah terhadap atensi generasi milenial adalah Nilai β pada variabel *brand image* yaitu 0,379 sedangkan nilai β pada kemudahan akses yaitu 0,297. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel paling dominan adalah *brand image*.

B. Saran

Berdasarkan simpulan diatas maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan Asuransi Syariah

Dari hasil pembahasan menunjukkan bahwa *brand image* dan kemudahan akses berpengaruh signifikan terhadap atensi generasi milenial Kota Banjarmasin dalam memutuskan untuk memiliki asuransi syariah. Perusahaan asuransi syariah diharapkan memiliki ciri khas dan karakter perusahaan yang berbeda dengan perusahaan asuransi lain dalam bentuk logo, simbol atau slogan agar memiliki citra yang mudah diingat dibenak nasabah. Selain itu perusahaan asuransi syariah juga diharapkan mampu menawarkan produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan nasabah dengan cara menggali informasi dari nasabah. Dalam hal kemudahan akses perusahaan asuransi syariah juga diharapkan mampu untuk selalu membenahi sistem teknologi dalam memberikan pelayanan digital kepada nasabah dengan melakukan pengarahan penggunaan akses dan survey kepuasan nasabah pada sistem akses yang diterapkan oleh perusahaan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap agar peneliti selanjutnya dapat melihat banyak kekurangan yang terdapat pada penelitian ini dengan melakukan evaluasi pada penelitian ini atau menambah variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini karena pengaruh *brand image* dan kemudahan akses pada asuransi syariah terhadap atensi generasi milenial Kota Banjarmasin mempengaruhi 0,810 atau sebesar 81% dan sisanya 19% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian seperti harga, promosi, kualitas pelayanan, kualitas produk dan lain-lain yang mempengaruhi atensi.