

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari pembahasan yang telah di uraikan, sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan berpengaruh secara parsial terhadap Asuransi Syariah Di PT Takaful Keluarga Cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian parsial yang menunjukkan bahwa variabel pengetahuan (X1) memiliki nilai t-hitung lebih besar dibandingkan t-tabel ( $3.151 > 1.701$ ) dengan nilai signifikansi 0,004 ( $\text{Sig} = 0,004 < 0,05$ ).
2. Motivasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah Asuransi Syariah Di PT Takaful Keluarga Cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian parsial yang menunjukkan bahwa variabel motivasi (X2) memiliki nilai t- hitung lebih besar dibandingkan t-tabel ( $5.198 > 1.705$ ) dengan nilai signifikansi 0,001 ( $\text{Sig} = 0,001 < 0,05$ ).
3. Pengetahuan dan motivasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah Asuransi Syariah Di PT Takaful Keluarga Cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian simultan yang menunjukkan bahwa variabel

pengetahuan (X1) dan motivasi (X2) memiliki nilai F-hitung lebih besar dibandingkan F-tabel ( $185.204 > 2.587$ ) dengan nilai signifikansi 0,000 ( $\text{Sig} = 0,001 < 0,05$ ).

## **B. Saran**

1. Untuk peneliti diharapkan dapat memperluas ruang lingkup sampel untuk hasil penelitian yang lebih kuat. Pada penelitian ini hanya mengambil sampel di ruang lingkup kecil, yaitu nasabah dari PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar berdomisili di Kalimantan Selatan yang bergabung melalui Agency Tim Antasari Banjarmasin.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan menambah jumlah variabel independen lainnya, seperti penjualan perorangan, persepsi, dan religiusitas yang bisa saja mempengaruhi keputusan menjadi nasabah.
3. Perusahaan perlu terus meningkatkan faktor pengetahuan dan motivasi agar dapat meningkatkan aspek keputusan menjadi nasabah dimana hal ini diharapkan dapat menambah nasabah baru dan terus mempertahankan nasabah lama. Faktor pengetahuan dan motivasi tersebut dapat ditingkatkan melalui upaya antara lain sosialisasi, iklan, personal selling.