

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil pengumpulan data serta pembahasan tentang pengaruh literasi dan gaya hidup terhadap minat memilih produk asuransi syariah pada PT Frudential Life Assurance Cabang Banjarmasin.

1. Variabel literasi (X1) berpengaruh secara parsial terhadap asuransi syariah terhadap minat memilih produk (Y) dengan nilai thitung (5,656) lebih besar di banding ttabel (1,998) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel gaya hidup (X2) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai Thitung 5,116 > Ttabel 1,998 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
2. Variabel literasi (X1) dan gaya hidup (X2) secara simultan berpengaruh terhadap minat memilih (Y) produk asuransi syariah pada PT Frudential Life Assurance cabang Banjarmasin dengan nilai Fhitung, senilai $80,143 > F$ tabel 3,993 dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$.

B. Saran

Berlandaskan hasil penelitian yang dilakukan saran yang bisa di berikan yakni:

1. Individu yang tidak memiliki asuransi mungkin menganggap asuransi yang sesuai dengan syariah sebagai pilihan yang menarik untuk memperoleh perlindungan finansial terhadap keadaan yang tidak terduga

seperti kematian, penyakit, atau kecelakaan. Alternatif ini tidak hanya sejalan dengan prinsip-prinsip Islam tetapi juga berfungsi untuk meringankan potensi beban keuangan, memastikan ketenangan pikiran dan stabilitas bagi individu dan keluarga mereka.

2. Peneliti di masa mendatang sebaiknya mengkaji lebih dalam variabel independen yang membentuk minat memilih produk, khususnya dalam konteks asuransi syariah. Faktor kunci yang perlu dipertimbangkan meliputi pengaruh budaya, dinamika sosial, nilai-nilai pribadi, dan motivasi psikologis. Studi ini menyoroti bagaimana tingkat literasi dan pilihan gaya hidup memberikan kontribusi penting dalam proses pengambilan keputusan minat memilih produk asuransi pada PT. Prudential Life Assurance. Dengan memahami variabel-variabel ini, peneliti bisa mengungkap cara-cara yang lebih bernuansa di mana variabel-variabel tersebut memengaruhi perilaku pembelian, yang pada akhirnya mengarah pada strategi pemasaran yang lebih sesuai dan peningkatan keterlibatan pelanggan di sektor asuransi.
3. PT Prudential Life Assurance harus mengutamakan komitmennya kepada nasabah asuransi, menumbuhkan kepercayaan masyarakat, dan mendorong minat yang lebih besar terhadap produk asuransi. Dengan memanfaatkan media sosial dan berbagai platform daring, perusahaan bisa menaikkan literasi asuransi di masyarakat secara signifikan. Penekatan ini tidak hanya mengedukasi calon nasabah tentang manfaat asuransi, tetapi juga memberdayakan mereka untuk minat memilih produk yang tepat, pada

akhirnya mengarah kepada basis nasabah yang lebih terlibat dan percaya diri.