

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Media Sosial FWD Insurance Terhadap Persepsi Masyarakat tentang Asuransi di Indonesia yang diberikan kepada 100 responden dengan kriteria khusus yang akan menjadi representasi dari populasi yang diinginkan oleh peneliti, data dari penelitian ini sudah diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 25, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil dari uji korelasi didapatkan bahwa variabel media Sosial menunjukkan atau memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel persepsi dikarenakan nilai dari signifikansi dari penelitian ini $0.000 < 0.05$. Tingkat hubungan dari antar variabel dalam penelitian ini juga memiliki hubungan yang kuat dikarenakan nilai korelasinya sebesar 0.714
2. Hasil dari uji regresi menunjukkan bahwa saat variabel media sosial bernilai konstan atau nol maka nilai pada variabel persepsi sebesar 20.424. Jika variabel media sosial memiliki peningkatan sebesar satu tingkat maka variabel persepsi bertambah sebesar 0.264, dikarenakan nilai koefisien regresi yang diperoleh variabel media sosial menunjukkan nilai yang positif.
3. Hasil dari uji koefisien yang di dapat pada penelitian ini yaitu variabel media sosial memberi pengaruh sebesar 59% terhadap variabel persepsi, 41% lainnya dipengaruhi oleh faktor atau hal lain. Pada penelitian ini nilai koefisien determinasinya juga menunjukkan bahwa variabel media sosial memiliki peran yang besar terhadap variabel persepsi.
4. Hasil dari uji hipotesis menunjukan bahwa variabel media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel persepsi dikarenakan memiliki nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dan dari uji ini dapat diketahui juga bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak dikarenakan nilai dari t hitung $11.884 > t$ tabel 1.660.
5. Hasil penelitian ini sudah sesuai dengan teori elaboration likelihood model yang mengatakan bahwa orang yang memproses informasi melalui jalur sentral

akan memiliki pandangan dan pemahaman yang jelas mengenai suatu topik dan cenderung akan serta cenderung membentuk sikap yang lebih kuat, konsisten, dan tahan lama, yang pada akhirnya dapat memengaruhi niat maupun perilaku.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diteliti dalam judul pengaruh media sosial FWD Insurance terhadap persepsi masyarakat tentang asuransi di Indonesia, yang telah dijelaskan secara rinci mulai dari temuan hingga metode penelitian, peneliti mengajukan beberapa rekomendasi baik dari segi praktik maupun teori. Diharapkan, saran-saran ini dapat menjadi dasar pengembangan penelitian selanjutnya serta memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Berikut merupakan saran-saran yang peneliti berikan:

5.2.1. Saran Praktis

Bagi FWD Insurance dapat lebih memaksimalkan media sosialnya untuk membagikan konten-konten yang mengedepankan ilmu atau pemahaman lebih dalam mengenai asuransi sehingga semakin banyak masyarakat yang memiliki persepsi positif mengenai asuransi dan juga memiliki pengetahuan mendalam mengenai asuransi.

5.2.2. Saran Teoritis

Penelitian selanjutnya, disarankan agar fokus diperluas dengan melihat atau mengeksplor faktor atau hal-hal lain selain media sosial yang berpotensi memengaruhi persepsi masyarakat terhadap asuransi. Selain itu, penting juga untuk mendapatkan perspektif baru yang berbeda dari sudut pandang peneliti, seperti menggunakan teori lain. Peneliti merasa bahwa teori *uses and gratification* dapat digunakan untuk penelitian yang sejenis dengan penelitian ini, dikarenakan teori ini dapat menjelaskan motivasi audiens untuk mengonsumsi konten di media sosial.