

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh strategi promosi terhadap minat nasabah dalam memilih asuransi syariah di PT Prudential Life Assurance PAM Agency TS1Jepara” dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

Hasil penelitian menunjukkan promosi penjualan ( $X_1$ ) mempengaruhi keputusan nasabah ( $Y$ ) pada PT Prudential RBT Team Jepara, hal ini sesuai dengan hasil dari uji t ( $4.142 > 1,661$ ) dengan nilai probabilitas ( $0,00 < (0,05)$ ). Kesimpulan yang bisa diambil adalah adanya pengaruh dari variabel promosi penjualan terhadap keputusan nasabah pada PT Prudential RBT Team Jepara. Hasil pengujian hipotesis secara parsial diketahui bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya hipotesis dapat diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa promosi penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan hubungan masyarakat ( $X_2$ ) mempengaruhi keputusan nasabah ( $Y$ ) pada PT Prudential RBT Team Jepara, hal ini sesuai dengan hasil dari uji t ( $3.557 > 1,661$ ) dengan nilai probabilitas ( $0,01 < (0,05)$ ). Kesimpulan yang bisa diambil adalah adanya pengaruh dari variabel hubungan masyarakat terhadap keputusan nasabah pada PT Prudential RBT Team Jepara. Hasil pengujian hipotesis secara parsial diketahui bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya hipotesis dapat diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa hubungan masyarakat memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

### B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang sudah dilakukan sejauh ini telah menggunakan prosedur yang sudah ditetapkan. Keterbatasan dalam penelitian dan kekurangannya termasuk dalam banyak aspek, antara lain:

1. Peneliti terlalu berfokus pada penelitiannya yang membahas nasabah dari PT Prudential RBT Team Jepara.
2. Sampel yang digunakan yang sedikit karena biaya waktu dan tenaga peneliti yang terbatas.
3. Jawaban yang diberikan narasumber adakalanya yang tidak sesuai dengan fakta.

ii.

### C. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ditarik dari hasil analisis data, maka penulis mencoba memberikan rekomendasi sebagai berikut :

1. Agar promosi penjualan lebih optimal, diperlukan cara mensosialisasikan produk-produk Prudential. Salah satunya dengan cara mengikuti pameran-pameran baik tingkat regional maupun nasional untuk mengenalkan produk-produk Prudential, khususnya produk asuransi syariah. Agar masyarakat tahu bagaimana manfaat yang akan diterima sesuai syariat Islam, dan lebih banyak pengetahuan mengenai solusi tentang masa depan yang jauh dari kata menjamin masa depan.
2. Diperlukan strategi promosi yang memfokuskan pada dimensi hubungan masyarakat dengan cara mengadakan seminar-seminar besar, baik di lingkungan kampus maupun masyarakat sekitar untuk menarik minat masyarakat menjadi nasabah, disisi lain sebagai penambah ilmu pengetahuan.
3. Agar promosi penjualan dan hubungan masyarakat dapat terwujud, diperlukan strategi promosi seperti mengadakan event-event besar khususnya mengenai hal membumikan nilai-nilai syariah pada sebuah lembaga keuangan. Tentunya hal ini menjadi sebuah cara yang menarik masyarakat menjadi nasabah.