

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil data yang telah diperoleh baik dari perusahaan maupun dari kuesioner yang dibagikan kepada responden, selanjutnya diolah dan dilakukan uji hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam hal ini hubungan antara keterampilan *personal selling* wiraniaga/agen dengan minat calon nasabah di PRUStars (Prudential) Sukabumi berdasarkan hasil angket adalah sudah signifikan. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana wiraniaga/agen tersebut melakukan pendekatan terhadap calon nasabahnya, sehingga tujuan untuk menginformasikan mengenai produk sudah dapat terpenuhi. Kegiatan keterampilan *personal selling* wiraniaga/agen dalam segi pengetahuan dan penguasaan terhadap produk di terima baik oleh para calon nasabah.
2. Hubungan antara tingkat Keahlian *personal selling* wiraniaga/agen dengan minat calon nasabah sudah signifikan. Dilihat dari hasil angket kebanyakan para calon nasabah memberi nilai positif terhadap keahlian dalam memasarkan produk asuransi tersebut. Kejelasan dalam menyampaikan materi pada saat presentasi membuat konsumen yakin akan produk yang telah

Ditawarkan dan memutuskan untuk menggunakan produk asuransi PRULinkSyariah tersebut.

3. Hubungan antara tingkat motivasi *personal selling* wiraniaga/agen dengan minat calon nasabah di PRUStars sudah cukup signifikan. Dilihat dari hasil angket bahwa beberapa responden ada yang sedikit puas dan tidak puas dengan hasil kerja wiraniaga/agen dalam memasarkan produk asuransinya. Akan tetapi responden pun merespon dengan baik mengenai tingkat motivasi *personal selling* wiraniaga/agen.
4. Hubungan antara persepsi peran *personal selling* wiraniaga/agen dengan minat calon nasabah di PRUStars Prudential Sukabumi sudah signifikan. Dari hasil angket yang sudah di sebar, tanggapan dari para responden cukup signifikan, mereka menyukai bagaimana wiraniaga/agen selalu cepat bertindak untuk memastikan para calon nasabahnya puas/tidak puas dengan presentasi yang telah mereka lakukan. Karena bagi wiraniaga/agen yang paling penting adalah kepuasan konsumen, dengan begitu minat calon nasabah dengan produk PRULink Syariah makin bertambah.
5. Untuk hubungan antara karakteristik pribadi *personal selling* wiraniaga/agen dengan minat calon nasabah di PRUStars (Prudential) Sukabumi sudah signifikan. Hal ini dapat dilihat dari hasil angket bahwa responden sangat menilai dari segi fisik, ini sangat mempengaruhi aktivitas minat pembelian produk asuransi tersebut. Tidak bisa di pungkiri

bahwa responden menilai dari segi penampilan, kesopanan dan gender, menurut mereka dengan penilaian karakteristik tersebut dapat menjadi pertimbangan dalam keinginan untuk menggunakan/membeli produk asuransi PRULink Syariah.

6. Hubungan antara adaptabilitas *personal selling* dengan minat calon nasabah di PRUStars (Prudential) Sukabumi sudah signifikan. Hasil angket menyatakan bahwa responden menilai wiraniaga/agen sudah bekerja sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh wiraniaga/agen. Dilihat dari penyesuaian diri mereka di lingkungan baru untuk mempresentasikan produk asuransi PRULink Syariah terhadap para responden sudah sangat baik. Dengan begitu sangat mempengaruhi mengenai minat pembelian produk asuransi tersebut.
7. Hubungan *personal selling* dengan minat calon nasabah di PRUStars Prudential Sukabumi berdasarkan hasil perhitungan SPSS *for windows version 15* menunjukkan bahwa variabel tersebut, yakni variabel X *personal selling* dengan minat calon nasabah variabel Y, mempunyai hubungan yang cukup berarti ini membuktikan dari hasil uji korelasi jika di keseluruhan saling berhubungan antara *personal selling* dengan minat calon nasabah. Akan tetapi, dengan hasil yang dipecah tidak disatukan hasilnya adalah 3 variabel dengan hasil valid yaitu keterampilan, tingkat keahlian, dan tingkat motivasi. Sedangkan yang tidak valid yaitu persepsi peran, karakteristik pribadi, dan adaptabilitas.

8. Dari hasil yang tidak valid, mungkin adapertanyaan yang tidak jelas dan kurang banyak sehingga responden kurang mengerti. Untuk penelitian selanjutnya angket bisa saja digunakan kembali atau diganti pertanyaanya dengan lebih jelas.

5.2 Saran

Dengan memperhatikan masalah yang terdapat pada kesimpulan dan bahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti akan mengemukakan saran-saran yang diharapkan akan memberikan manfaat bagi perusahaan. Saran-saran tersebut adalah :

1. Saran dari peneliti, penelitian mengenai hubungan *personal selling* dengan minat calon nasabah bisa menjadi referensi untuk studi yang akan datang. Karena di laporan ini peneliti sudah mencoba yang terbaik dalam meneliti mengenai *personal selling*. Selain itu untuk studi yang mendatang bisa juga menggunakan bauran promosi yang lain nya untuk mempromosikan produknya yaitu ada *sales promotion*, *advertising*, *direct marketing*, dan *publicity*.
2. Walaupun kegiatan *personal selling* pada perusahaan sudah tergolong signifikan, akan tetapi apabila *personal selling* mampu mencari calon nasabah dengan baik lagi maka akan memberikan dampak positif pula bagi perusahaan. Pelaksanaan *personal selling* perlu ditingkatkan lebih baik lagi karena terdapat beberapa indikator yang berdasarkan tanggapan responden masih perlu di perhatikan lagi, diantara dalam penguasaan

produk yang dimiliki oleh wiraniaga/agen masih terbilang kurang dan pendekatan yang sudah dimiliki oleh wiraniaga/agen masih kurang efektif. Sebaiknya perusahaan memberikan nasihat atau kiat-kiat penjualan agar para wiraniaga/agen penjualan semakin ahli dalam melaksanakan kegiatan *personal sellingnya*.

