BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan Pengaruh Personal Seling Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Jiwa Syariah (AJB) Bumiputera Kantor Operasional Tulungagung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Personal selling memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk asuransi jiwa syariah, artinya dengan meningkatkan peran agen atau salesman di (AJB) Bumiputera dalam memasarkan produk asuransi dengan baik dan tepat sasaran, maka akan mempengaruhi keputusan pembelian yang positif.
2. Persepsi konsumen memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk asuransi jiwa syariah, artinya semakin tinggi persepsi konsumen yaang dirasakan oleh nasabah maka semakin tinggi pula angka keputusan pembelian produk asuransi jiwa syariah di (AJB) Bumiputera Tulungagung.
3. Pengujian secara bersama-sama pada variabel personal selling dan persepsi konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk asuransi jiwa syariah pada (AJB) Bumiputera Tulungagung. Hal ini membuktikan bahwa apabila terjadi peningkatan pada variabel personal

selling dan persepsi konsumen secara terus menerus dan bersamaan maka akan memberikan pengaruh yang sangat positif terhadap keputusan pembelian produk asuransi jiwa syariah di (AJB) Bumiputera.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan-pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, peneliti memberikan saran yang mungkin dapat bermanfaat untuk diperhatikan.

1. Bagi Asuransi Jiwa Syariah (AJB) Bumiputera Tulungagung

   Penelitian ini diharapkan berguna bagi (AJB) Bumiputera Tulungagung sebagai bahan masukan tentang pengaruh personal selling dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk asuransi jiwa syariah yang didapatkannya.

   Terkait dengan Personal Selling, walaupun personal selling dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, namun (AJB) Bumiputera masih harus terus meningkatkan peranan agen dalam memasarkan produk dengan baik dan tepat sasaran salah satunya dengan cara melakukan pelatihan kepada agen mengenai cara yang baik dan benar dalam mempresentasikan serta memasarkan produk kepada nasabah sehingga nasabah lebih bisa tertarik dengan apa yang disampaikan oleh agen Bumiputera.

   Terkait persepsi konsumen, persepsi yang ada dalam diri konsumen merupakan variabel yang harus dipertimbangkan karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, pihak

asuransi perlu membentuk *mindset* yang baik tentang asuransi syariah agar masyarakat dapat menyadari pentingnya berasuransi sehingga mereka lebih tertarik untuk menggunakan asuransi syariah. Selain itu juga perlu diadakannya sosialisasi ataupun seminar tentang produk yang ada di asuransi jiwa syariah di Bumiputera.

2. Bagi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

   Dari penelitian ini dapat dijadikan tambahan khazanah keilmuan dibidang ekonomi syariah yang berkaitan dengan personal selling dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi peneliti selanjutnya

   Penelitian yang dilakukan ini mengenai personal selling dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk asuransi jiwa syariah. Tentunya masih banyak lagi variabel lain yang mempengaruhi. Oleh sebab itu, peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya menggunakan variabel-variabel lain yang belum dipakai dalam penelitian ini. Hal ini dilakukan agar selanjutnya dapat berkembang.