

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di bab sebelumnya mengenai pengetahuan konsumen (*Consumer Knowledge*) dan motivasi konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Prudential Syariah Cabang Tulungagung, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut ini :

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh pengetahuan konsumen (*Consumer Knowledge*) terhadap keputusan menjadi nasabah bahwa pengetahuan konsumen (*Consumer Knowledge*) secara parsial memiliki hubungan positif atau searah, namun tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

Hasil penelitian mengenai pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah bahwa motivasi secara parsial berpengaruh, memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Prudential Syariah Cabang Tulungagung.

Secara bersama-sama atau simultan pengetahuan konsumen (*Consumer Knowledge*) dan motivasi konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Asuransi Prudential Syariah Cabang Tulungagung.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka penulis merekomendasikan berupa saran-saran sebagai berikut:

1. Dari penelitian ini dapat dijadikan tambahan wawasan keilmuan di bidang ekonomi syariah yang berkaitan dengan perilaku konsumen yaitu pengetahuan konsumen (*Consumer Knowledge*) dan motivasi konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah.
2. Bagi lembaga Asuransi Prudential Syariah Cabang Tulungagung, sudah cukup baik dalam memahami dan memperhatikan perilaku serta mengenal pelanggan khususnya pada motivasi konsumen sehingga memunculkan dorongan pada konsumen untuk menjadi nasabah. Hal tersebut merupakan tugas yang penting bagi produsen, jadi produsen haruslah memiliki strategi yang baik agar konsumen pada tahap akhir memutuskan untuk membeli dan sebaiknya lebih ditingkatkan lagi agar lebih memotivasi konsumen dan meningkatkan pembelian polis. Dan khususnya mengenai pengetahuan konsumen yang pada kenyataannya belum memberi pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah, maka diharapkan para agen Asuransi Prudential Syariah Cabang Tulungagung dapat lebih maksimal dalam memberikan informasi.
3. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan *perilaku konsumen* yaitu *pengetahuan konsumen (Consumer Knowledge)* dan motivasi konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah.