

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Besaran Premi dan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Jasa Asuransi Syariah Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Jasa Asuransi Syariah Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung. Artinya, semakin tinggi kualitas suatu produk maka keputusan nasabah menggunakan produk tersebut semakin meningkat. Dan sebaliknya, ketika semakin rendah kualitas suatu produk maka keputusan nasabah menggunakan produk tersebut semakin menurun.
2. Besaran Premi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Jasa Asuransi Syariah Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung. Artinya, semakin tinggi Besaran Premi maka keputusan nasabah menggunakan produk tersebut semakin meningkat. Dan sebaliknya, ketika semakin rendah Besaran Premi maka keputusan nasabah menggunakan produk tersebut semakin menurun. Dalam hal ini tingginya besaran premi yang mempengaruhi peningkatan keputusan nasabah juga diiringi semakin

meningkatnya kualitas produk. Namun peningkatan atau penurunan keputusan nasabah terhadap besaran premi juga dipengaruhi atas dasar kebutuhan nasabah.

3. Strategi Pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Jasa Asuransi Syariah Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung. Artinya, semakin baik strategi pemasaran maka keputusan nasabah menggunakan produk tersebut semakin meningkat. Dan sebaliknya, ketika semakin buruk strategi pemasaran maka keputusan nasabah menggunakan produk tersebut semakin menurun.
4. Kualitas Produk, Besaran Premi dan Strategi Pemasaran secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Artinya, jika Kualitas Produk, Besaran Premi dan Strategi Pemasaran secara bersama-sama mengalami kenaikan, maka keputusan nasabah juga mengalami kenaikan. Begitu juga sebaliknya, jika terdapat penurunan secara bersama-sama pada rasio-rasio ini maka keputusan nasabah pun juga mengalami penurunan.

## **B. SARAN**

1. Bagi akademisi, peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi atau pertimbangan dalam karya-karya ilmiah mengenai pengaruh persepsi kualitas produk, besaran premi dan Strategi

Pemasaran terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung.

2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan turut menjadi kontribusi pemikiran terkait dengan keputusan nasabah memilih jasa asuransi syariah serta memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi, khususnya manajer keuangan di dalam merencanakan suatu strategi baru dan dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan secara efektif dan efisien.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat memberikan masukan kepada peneliti yang serupa atau sebagai bahan pembandingan atau perluasan dalam kaitannya dengan masalah penelitian pada kasus yang serupa.