

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh produk, promosi, dan citra perusahaan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi syariah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Produk merupakan objek dalam pemasaran. Tanpa produk pemasaran tidak akan berjalan karena produk merupakan jumlah total kepuasan serta spiritual yang diperoleh dari pembelian atau penggunaannya. Di dalam asuransi produk yang dihasilkan berbentuk jasa, produk yang ditawarkan berupa janji penggantian kerugian kepada pihak tertanggung. Dalam penelitian ini produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi syariah. Sehingga produk asuransi syariah yang terbebas dari riba dan sesuai prinsip islam membuat keputusan nasabah memilih asuransi syariah meningkat.
2. Salah satu tujuan promosi pada asuransi adalah menginformasikan produknya dan berusaha menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga mempengaruhi nasabah untuk membeli. promosi merupakan suatu kegiatan yang ditujukan untuk mendorong minat konsumen untuk membeli produknya. Dalam penelitian ini promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih asuransi syariah. Sehingga pada saat

bauran promosi diterapkan, maka keputusan nasabah bisa jadi akan naik dan bisa jadi turun karena tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

3. Citra mempunyai kemampuan di luar perusahaan yang dapat menambah kekuatan bagi produk barang yang dihasilkan oleh perusahaan. Citra perusahaan menjadi salah satu pegangan bagi banyak orang dalam mengambil keputusan penting. Setiap perusahaan atau lembaga mempunyai citranya tersendiri di masyarakat, citra itu sendiri dapat berperingkat baik, sedang, ataupun buruk. Dalam penelitian ini citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi syariah. Dapat disimpulkan bahwa Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung mempunyai citra yang baik di mata masyarakat.
4. Produk, promosi dan citra perusahaan saling berhubungan. Mempunyai produk yang berkualitas dan diimbangi strategi promosi yang benar dan efektif maka dapat meningkatkan keputusan pembelian. Begitu juga dengan citra perusahaan yang mempunyai kemampuan di luar perusahaan yang dapat menambah kekuatan bagi produk barang yang dihasilkan oleh perusahaan. Secara bersama-sama ketiganya dapat mempengaruhi keputusan nasabah memilih asuransi syariah. Apalagi dengan kehadiran asuransi syariah yang mengedepankan prinsip islam yang berlandaskan hukum Al-qur'an dan Al-Hadits.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran.

1. Bagi Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung
 - a. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung hendaknya meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk asuransi syariah. Contohnya yaitu mempermudah prosedur menggunakan jasa atau produk asuransi syariah ketika ada calon nasabah yang ingin menggunakan jasa asuransi syariah. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung harus mampu mengetahui kebutuhan konsumen dengan meneliti pasar agar dapat menyesuaikan diri dalam menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.
 - b. Pihak Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung hendaknya meningkatkan dan memperbaiki promosi. Salah satu caranya yaitu sering-sering mempromosikan produknya lewat media masa atau iklan, selain itu bisa juga dengan menambah tenaga marketing atau agen dan melakukan penjualan pribadi atau *personal selling* yaitu bagian marketing langsung mendatangi ke nasabah.
 - c. Pihak Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung senantiasa meningkatkan dan mempertahankan citra perusahaan. Salah satu caranya yaitu dengan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah, selain itu juga harus cepat tanggap terhadap keluhan para

nasabah agar nantinya Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung selalu mendapat citra yang positif atau baik di mata masyarakat.

- d. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung sebaiknya menggunakan strategi pemasaran yang tepat dan efektif, contohnya dengan menggabungkan elemen-elemen bauran pemasaran dan elemen lain yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti produk, promosi, citra perusahaan dan lain-lain. Dengan begitu kedepannya asuransi syariah menjadi banyak peminat dan bisa bersaing dengan asuransi konvensional.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat menggunakan populasi yang lebih luas dan sampel yang lebih besar dan juga menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah memilih asuransi syariah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung agar penelitiannya mempunyai cakupan yang lebih besar, sehingga hasilnya pun akan lebih baik.