

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasa, maka penulis memperoleh beberapa kesimpulan pada penelitian ini yaitu:

1. Secara parsial variabel *personal selling* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk PruCerah pada PT Prudential Life Assurance Cabang Cilegon, dibuktikan dengan hasil uji statistik yang menghasilkan nilai t hitung $< t$ tabel ($1,176 < 1,984$) yang artinya menolak H_1 dan menerima H_0 .
2. Secara parsial variabel *advertising* berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk PruCerah pada PT Prudential Life Assurance Cabang Cilegon, dibuktikan dengan hasil uji statistik yang menghasilkan nilai t hitung $> t$ tabel ($7,693 > 1,984$) yang artinya menolak H_0 dan menerima H_2 .
3. Secara simultan, *personal selling* dan *advertising* berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk PruCerah pada PT Prudential Life Assurance Cabang Cilegon. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $> F$ tabel ($91,122 > 3,090$) yang artinya hipotesis pada penelitian ini dapat diterima (H_3).

A. Saran

Penulis memiliki beberapa saran dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi PT Prudential Life Assurance Cabang Cilegon

PT Prudential Life Assurance Cabang Cilegon harus tetap mempertahankan dan meningkatkan pelayanan serta strategi pemasaran terutama pada pemasaran yang dilakukan dengan *personal selling*, agar informasi yang diterima akan lebih jelas dan menciptakan inovasi-inovasi baru agar menarik nasabah untuk menggunakan produk prucerah yang ditawarkan oleh terhadap PT Prudential Life Assurance Cabang Cilegon dan tertanam image yang baik tentang produk asuransi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk indikator yang memiliki pengaruh paling lemah seperti *personal selling* terhadap keputusan memilih sebaiknya dilakukan pengkajian ulang agar didapatkan informasi yang lebih luas sehingga memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan memilih. Selain itu peneliti selanjutnya dapat menambah variabel lain, seperti promosi, kualitas pelayanan, dan kualitas produk.