

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada BAB IV yang diselesaikan menurut metode yang telah diuraikan sebelumnya dan jawaban atas pembatasan masalah yang terdapat di BAB 1, maka peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan mengenai strategi promosi produk asuransi PruCinta sebagai berikut :

1. Strategi promosi produk PruCinta yang digunakan PT. Prudential Life Assurance melalui sosial media, publisitas, pasang iklan di e-commerce, broadcast chat, dan strategi yang di ciptakan oleh perusahaan yakni prucekatan Adapun faktor utama yang menjadi penghambat dari berjalannya promosi ini yaitu kurangnya update promosi melalui sosial media.
2. Promosi melalui sosial media hanya sebagai pembantu atau pendamping dari promosi perorangan. Sehingga promosi yang paling utama dilakukan oleh PT. Prudential Life Assurance adalah melalui pejualan perorangan atau *personal selling*.
3. Dengan penggunaan strategi promosi yang di lakukan oleh PT. Prudential Life Assurance dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang produk asuransi Prucinta.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil dan analisa yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Untuk PT. Prudential Life Assurance agar terus mengembangkan Strategi Promosinya, dengan strategi -strategi yang telah dibuat. Strategi yang disebutkan diatas tadi, agar selalu membuat strategi baru guna memudahkan calon nasabah membeli produk dari PT. Prudential Life Assurance dan untuk menarik calon nasabah.
2. Fungsi sosial media lebih ditingkatkan dengan cara agar selalu update ke akun sosial media dan tidak hanya memanfaatkan beberapa sosial media saja dalam melakukan promosinya. Supaya masyarakat mengetahui update terbaru mengenai produk-produk atau yang sedang mengadakan promo.
3. Selalu adakan promo premi bukan hanya untuk salah satu produk saja.