

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan antar variabel citra merek (X1), penjualan personal (X2), dan keputusan pembelian (Y) sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Prulink.
2. Variabel penjualan personal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Prulink.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel citra merek dan penjualan personal berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Prulink.

5.2 Saran

1. Dari hasil penelitian citra merek memiliki kontribusi yang cukup kuat terhadap keputusan pembelian dan pembelian ulang, namun pada variabel citra merek yang menyatakan kepuasan nasabah menjadi prioritas utama bagi Prudential Indonesia belum bisa meyakinkan nasabah untuk melakukan keputusan pembelian karena mendapatkan skor yang terendah dari responden. Saran dari peneliti perusahaan harus meningkatkan mutu dan kualitas layanan dalam menangani keluhan dan menangani klaim dengan cepat tanggap yang akan membuat nasabah puas dan merasa menjadi prioritas utama bagi perusahaan.
2. Pada variabel penjualan personal yang menyatakan nasabah dihubungi terlebih dahulu oleh Agen Pemasar Prudential untuk dijelaskan informasi produk mendapatkan skor tersendah dari responden. Saran dari peneliti perusahaan dapat mengedukasi tenaga pemasar agar dapat menghubungi terlebih dahulu nasabah di waktu yang tepat dan dapat menginformasikan produk dengan baik dan jujur sehingga nasabah dapat tertarik untuk melakukan pembelian atau bahkan pembelian ulang.
3. Perusahaan harus tetap memperhatikan citra merek dan penjualan personal karena pada variabel keputusan pembelian menyatakan bahwa nasabah mencari informasi tentang perusahaan asuransi melalui teman atau keluarga, tetapi hal tersebut tidak serta merta membuat nasabah melakukan pembelian ulang yang mungkin disebabkan kekecewaan dari

nasabah Prudential yang kurang puas dengan pelayanan pada saat klaim. Saran dari peneliti agar perusahaan cepat tanggap dalam menangani keluhan dan klaim sehingga nasabah tidak kecewa dan dapat memberikan *review* dan informasi yang positif kepada teman dan keluarganya,

4. Pada variabel keputusan pembelian yang menyatakan nasabah puas terhadap layanan Agen Pemasar Prudential Indonesia mendapatkan skor terendah dari responden. Sehingga peneliti menyarankan perusahaan meningkatkan kualitas dari agen pemasar, mulai dari pengetahuan produk dan kejujuran dalam menyampaikan produk serta kesopanan dalam berbicara sehingga nasabah puas terhadap layanan agen pemasar.