

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan, sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial dalam penyebaran kuisisioner Personal Selling berpengaruh positif sebesar 2.413 dan signifikan $0.022 < 0.05$ terhadap keputusan pembelian produk asuransi syariah di PT. Takaful Keluarag Cabang Makassar (Agency Tim Antasari Banjarmasin)
2. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial dalam penyebaran kuisisioner Digital Marketing berpengaruh positif sebesar 8.599 dan signifikan $0.001 < 0.05$ terhadap keputusan pembelian produk asuransi syariah di PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar (Agency Tim Antasari Banjarmasin)
3. Secara simultan Personal selling dan digital marketing berpengaruh positif sebesar 185. 700 dan signifikan $0.001 < 0.05$ terhadap keputusan pembelian produk asuransi syariah di PT. Takaful Keluarag Cabang Makassar (Agency Tim Antasari Banjarmasin)

B. Saran

1. Untuk peneliti diharapkan dapat memperluas ruang lingkup sampel untul hasil penelitian yang lebih kuat Pada penelitian ini hanya mengambil sampel diruang lingkup kecil, yaitu nasabah dari PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar berdomisili di Kalimantan Selatan yang bergabung melalui Agency Tim Antasari Banjarmasin.

2. Pada penelitian ini peneliti hanya terfokuskan pada dua variabel bebas yaitu Personal Selling dan Digital Marketing. Masih terdapat factor lain yang dapat dijadikan peluang untuk penelitian seperti periklanan dan direct marketing.
3. Untuk perusahaan yaitu agar perusahaan dapat menggunakan promosi personal selling yang tepat dan memaksimalkannya tanpa mengurangi perhatian pada bentuk-bentuk promosi yang lain. Selanjutnya supaya peran dari tenaga penjual mampu meningkatkan kinerjanya dalam melakukan penjualan.