

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik simpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari bauran promosi terhadap keputusan nasabah dalam pembelian polis asuransi Pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Gorontalo. Koefisien regresi dengan arah positif menunjukkan terdapat pengaruh yang positif bauran promosi terhadap keputusan nasabah dalam pembelian polis asuransi Pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Gorontalo

Hasil *R Square* adalah sebesar 0,481. Nilai ini menunjukan bahwa sebesar 48,1% variabilitas keputusan nasabah dalam pembelian polis asuransi nasabah pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Gorontalo dapat dijelaskan oleh bauran promosi yang dilakukan oleh perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 51,9% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel lain tersebut yakni Produk, *Price* (harga), *Place* (lokasi), *People* (orang), *Physical Evidence* dan Proses

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Perlunya peningkatan bauran promosi terutama dalam aspek penjualan langsung yang menggunakan media sosial yang lebih menarik bagi nasabah. Sehingga hal ini akan berdampak pada keputusan nasabah untuk menjadi pengguna jasa asuransi PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Gorontalo
2. Perlunya berbagai iken penting untuk meningkatkan preferensi konsumen dalam rangka untuk mendapatkan keuntungan atas asuransi. Menjadi sponsor tentunya akan membuat PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Gorontalo lebih dikenal oleh masyarakat
3. Perlunya inovasi bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian ini dengan mengambahkan dan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam pembelian polis asuransi

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta : Rineka Cipta.
- Buchari Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa.* Bandung. CV. Alfabeta.
- Alma, Buchari., 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* Bandung, Alfabeta,
- Brannan, Tom. 2005. *Integrated Marketing Communications.* diterjemahkan Slamet. Jakarta : PPM.
- Catur, Rismiati.E. dan Ig. Bondan Suratno. 2001, *Pemasaran Barang dan Jasa.* Cetakan Pertama, Penerbit : Kanisius, Yogyakarta
- Catur E, Rismiati dan Ig, Bondan Suratno. 2001. *Pemasaran Barang dan Jasa,* cetakan pertama, Yogyakarta : Kanisius.
- Cutlip, Scott M, et al. 2006. *Effective Public Relations.* edisi terjemahan. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif.* Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Ghazali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.* Semarang : BP Undip.
- Ghizali, Imam. 2008. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2008, *Manajemen Pemasaran.* edisi pertama. cetakan keenam, Yogyakarta : BPFE.

Kotler Phlip., & Gary Amstrong, 2005. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta : Preshallindo, inc, jilid I, Edisi II

Kotler Philip, & Gary Amstrong, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium diterjemahkan Benyamin Molan, Jakarta : PT. Prenhallindo.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, dialih bahasakan oleh Bob Sabran, Edisi Ketiga Belas, Jakarta : Erlangga.

Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara. 2006. *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta : PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia).

Mustofa, Zaenal. 2000. *Pengantar Statistik Terapan Ekonomi*. Yogyakarta : Fakultas Ekonom. Universitas Islam Indonesia.

Nazir , Moh. Ph.D, 2005, Metode Penelitian. Bogor.Ghalia Indonesia.

Pemasaran Dasar Edisi 16 Pendekatan Manajerial Global Buku 2.
Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Stanton, Wilian. j, 2008. *Prinsip Pemasaran*, Yogyakarta : Erlangga.

Saladin, Djaslim. 2007. *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*. Bandung : CV Linda Karya.

Saputra, Wahidin, dan Nasrullah, Rulli. 2011. *Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*. Jakarta : Gramata Publishing.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sevilla, Consuelo G. et al. 2006. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta : UI Press.

Subagyo, Pangestu dan Djarwanto Ps. 2005. *Statistik Induktif*. Edisi 5. BPFE : Yogyakarta.

Selva temalagi dan Hengky latan. 2012. *Analisis Multivariate Tehnik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. ALFABETA : Bandung