

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan agen asuransi yang bekerja pada Asuransi Jiwa Sinarmas MSIGLife dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam menjual produk asuransi agen asuransi melakukannya dengan cara *personal selling* yaitu agen asuransi memasarkan produk dengan cara bertemu langsung dengan calon nasabah. Dampak *Personal Selling* terhadap produk segmentasi pasar yang dipilih ialah memilih prospek yang ada di lingkungan sekitar seperti sahabat, keluarga, dan tetangga serta menilai berdasarkan kemampuan ekonomi dan kemauan untuk mengikuti asuransi, serta melakukan pendekatan memperkenalkan diri dan mengikuti pola pikir nasabah. Dalam melakukan janji temu dengan nasabah agen asuransi akan membuat janji temu terlebih dahulu, mencari tahu lebih dalam tentang profil nasabah.

#### **B. Saran**

Sebagaimana telah dibahas pada bab sebelumnya, adapun saran yang dapat disampaikan oleh penulis sebagai berikut :

1. Bagi Agen Asuransi agar lebih giat lagi untuk memberikan arahan kepada para marketing atau penjual untuk memasarkan produk – produknya. Seperti memberi pelatihan teknik penjualan produk yang efektif dan menarik agar calon nasabah tertarik untuk membelinya.

2. Dalam menggunakan strategi *personal selling* lebih banyak membutuhkan tenaga marketing dan biaya yang dikeluarkan karena harus bertemu langsung dengan calon nasabah untuk melakukan kegiatan pemasaran produk.