



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian, kesimpulan dari bab ini akan menjawab tujuan penelitian yang didasari oleh temuan menarik yang didapati oleh peneliti pada penjabaran di bawah ini.

1. Strategi *personal selling* dapat dipakai dalam menjangkau generasi millennial terkait dengan asuransi, namun eksekusinya harus tepat dan sesuai dengan kebutuhan generasi millennial.
2. Agen asuransi yang melakukan *Personal selling* kepada generasi millennial harus bersifat kasual dan tidak berkepanjangan, hal tersebut dikarenakan generasi millennial ingin serba cepat dan tidak senang pembicaraan yang bertele-tele.
3. Marketing lewat sosial media juga dapat dipakai untuk menjangkau generasi millennial, dikarenakan memang sekarang generasi millennial banyak menggunakan sosial media untuk beraktivitas, oleh karena itu agen asuransi dapat memanfaatkan *platform* sosial media untuk berkenalan serta melakukan promosi kepada generasi millennial.

4. Kendala generasi millennial terkait asuransi tidak lain dari masalah *income* mereka dan merasa bahwa mereka masih sehat, sebagai agen solusi harus diberikan seperti menawarkan menjadi agen untuk mendapatkan pendapatan lebih dan membuka wawasan tentang bahaya nya resiko kehidupan.
5. Generasi millennial tidak sepenuhnya tidak peduli dengan asuransi, selama mereka mendapatkan ajaran-ajaran baik secara formal atau tidak formal, mereka juga akan menganggap asuransi itu penting.
6. Penting bagi semua agen asuransi untuk selalu berfokus bukan pada mendapatkan uang ketika melakukan pendekatan, tetapi membantu nasabah dalam menanggulani resiko kehidupan mereka.
7. Agen asuransi juga disarankan untuk terus menjaga hubungan dengan semua nasabah yang telah berhasil mereka *closing*. Hal ini dilakukan karena memang bisnis asuransi merupakan bisnis yang berjangka panjang dan berbasis kepercayaan, sehingga agen asuransi harus selalu bisa memberikan kenyamanan pada nasabah mereka, selama bertahun-tahun ke depan.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian di atas, peneliti memiliki beberapa saran yang dapat dibagi menjadi saran Akademis, Praktis, dan Sosial yang dapat dipertimbangkan.

1. Saran Akademis, penelitian ini meneliti tentang cara agen meningkatkan minat beli generasi millennial terkait asuransi dengan menggunakan *personal selling*, namun peneliti belum meneliti tentang cara-cara pendekatan lain yang mungkin agen-agen asuransi pakai dalam meningkatkan minat beli generasi millennial. Peneliti berharap kedepannya, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk meneliti pendekatan-pendekatan lain yang agen asuransi miliki terkait dalam meningkatkan minat beli millennial.
2. Saran Praktis, peneliti berharap dengan penelitian ini, banyak agen-agen asuransi di Indonesia, baik agen lama atau agen baru, dapat menjangkau generasi millennial dengan lebih baik lagi, karena memang generasi millennial adalah masa depan pasar asuransi.
3. Saran Sosial, peneliti berharap kedepannya bagi generasi millennial di Indoensia untuk mulai dapat menilai asuransi sebagai hal yang penting. Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini, generasi millennial jadi lebih terbuka wawasannya mengenai pentingnya punya asuransi.