

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Secara parsial *Self Efficacy* berpengaruh namun tidak signifikan terhadap Kinerja agen asuransi Syariah PT. Asuransi Sinarmas Kisaran pada masa pandemi covid-19 tahun 2020/2021.
2. Secara parsial Strategi Pemasaran berpengaruh terhadap Kinerja agen asuransi Syariah PT. Asuransi Sinarmas Kisaran pada masa pandemi covid-19 tahun 2020/2021.
3. Secara simultan *Self Efficacy* dan Strategi Pemasaran berpengaruh terhadap Kinerja agen asuransi Syariah PT. Asuransi Sinarmas Kisaran pada masa pandemi covid-19 tahun 2020/2021.
4. Nilai R Square sebesar 0.665. hal ini mengandung arti bahwa pengaruh *Self Efficacy* (X_1) dan Strategi Pemasaran (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja (Y) adalah sebesar 66,50 %, sedangkan Adjusted R Square sebesar 0,651 hal ini berarti menunjukkan bahwa presentase kontribusi variabel *Self Efficacy* dan Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Agen asuransi PT. Sinarmas Kisaran sebesar 65,10% atau dengan kata lain variabel *Self Efficacy* dan Strategi Pemasaran mampu menjelaskan variasi sebesar 65,10% sedangkan sisanya yaitu 34,90% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini.

B. Saran

Dalam suatu perusahaan, pasti ada kendala yang dialami baik kecil maupun besar. Hal ini bisa diselesaikan dengan manajemen yang ada di perusahaan tersebut. Jika kendala-kendala yang dihadapi tidak diselesaikan dengan baik akan berdampak sistemik terhadap pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan yang tidak terkecuali PT. Sinarmas. PT. Sinarmas sebaiknya lebih meningkatkan lagi kegiatan khususnya di bidang SDM dalam melakukan promosi agar berhubungan langsung dengan nasabah. PT. Sinarmas harus memiliki strategi pemasaran yang *continue* dan menetapkan pelayanan yang berbeda dari perusahaan lainnya agar dapat bersaing dan bisa menguasai pasar dengan cara mendekati pelanggan dan menanyakan kriteria produk yang diinginkan.