

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang telah diolah dan dianalisis oleh peneliti dengan metode kuantitatif dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya yang dinyatakan dengan nilai sig sebesar  $0,001 < 0,05$  dan dengan nilai t hitung sebesar  $4,224 > 1,99167$  t tabel.
2. Variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya yang dinyatakan dengan nilai sig sebesar  $0,029 < 0,05$  dan dengan nilai t hitung sebesar  $2,224 > 1,99167$  t tabel.
3. Variabel Usia berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya yang dinyatakan dengan nilai sig sebesar  $0,001 < 0,05$  dan dengan nilai t hitung sebesar  $7,118 > 1,99167$  t tabel.
4. Terdapat interaksi signifikan antara pendidikan, pendapatan, dan usia terhadap keputusan pembelian nasabah PT AJ Manulife Indoensia Branch Sparkling Surabaya. Variabel ini ssecara bersama – sama memengaruhi keputusan pembelian. Dengan dinyatakan dalam Uji F senilai  $30,573 > 2,723$  dan uji koefisien determinasi dengan nilai *Adjusted Sqquare* 0,529 atau 52,9 % yang berarti bahwa pendidikan, pendapatan, dan usia memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan dianalisis oleh penulis dengan metode kuantitatif, maka penulis dapat memberikan usulan sebagai berikut :

1. Dari hasil koefisien determinasi ditemukan sisa nilai sebesar 47,1 % yaitu variable yang tidak diteliti dalam penulisan skripsi ini untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan variable seperti variabel harga, kepercayaan merek, kualitas produk, promosi, dan kesehatan nasabah.
2. Untuk PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya untuk terus meningkatkan pengetahuan nasabah terhadap produk dan memberikan rekomendasi produk yang sesuai dengan tingkat pendapatan dan usia nasabah sehingga dapat meningkatkan keputusan nasabah dalam membeli produk di masa yang akan datang.