

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian maka didapat suatu gambaran mengenai *Adversity Quotient* pada agen penjualan produk asuransi di PT "X" di kota Bandung dengan kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Sebagian besar, yaitu sejumlah 19 orang (63.33%) agen penjualan produk asuransi di PT "X" di kota Bandung, memiliki *Adversity Quotient* yang sedang dan tergolong ke dalam tipe *Camper*. Dan sejumlah 9 orang (30%) agen penjualan produk asuransi di PT "X" memiliki *Adversity Quotient* yang tinggi dan tergolong dalam tipe *Climber* serta 2 orang (6.67%) agen penjualan produk asuransi di PT "X" di kota Bandung memiliki *Adversity Quotient* yang rendah dan tergolong dalam tipe *Quitter*.
- 2) *Adversity Quotient* para agen penjualan produk asuransi di PT "X" di kota Bandung terbentuk oleh dimensi-dimensinya yaitu *Control* (kendali), *Ownership* (tanggung jawab), *Reach* (jangkauan kesulitan), dan *Endure* (daya tahan) dan dipengaruhi pula oleh kinerja, bakat, kemauan, kecerdasan, kesehatan, karakter, genetika, dan keyakinan yang dimiliki oleh para agen penjualan produk asuransi di PT "X" di kota Bandung.
- 3) Sejumlah 9 orang (30%) agen penjualan produk asuransi di PT "X" di kota Bandung dengan tipe *Climber* memiliki dimensi-dimensi *Control*, *Ownership*, *Reach*, *Endure* yang juga tinggi.

- 4) Sejumlah 19 orang (63.33%) agen penjualan produk asuransi di PT "X" di kota Bandung dengan tipe *Camper* memiliki dimensi-dimensi *Control*, *Ownership*, *Reach*, *Endure* yang juga sedang.
- 5) Sejumlah 2 orang (6.67%) agen penjualan produk asuransi di PT "X" di kota Bandung dengan tipe *Quitter* memiliki dimensi-dimensi *Control*, *Ownership*, *Reach*, *Endure* yang juga rendah.

5.2 Saran

- 1) Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini masih memerlukan perbaikan dan pengembangan, sehingga untuk peneliti lain yang tertarik pada bidang bahasan yang sama dapat mempertimbangkan dalam mengembangkan penelitian ini, yaitu dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi sebagai pembahasan yang lebih mendalam lagi.
- 2) Bagi manajer yang membawahi para agen penjualan produk asuransi di PT "X" di kota Bandung diharapkan untuk memberikan dukungan serta mengadakan seminar-seminar untuk meningkatkan keyakinan mereka dalam menjual produk asuransi secara berkala. Salah satu cara yang dapat digunakan adalah menghadirkan pembicara yang merupakan orang yang telah berhasil dalam bidang asuransi.
- 3) Bagi para agen penjualan produk asuransi di PT "X" di kota Bandung, diharapkan untuk berusaha meningkatkan keyakinan diri mereka dan menyadari bahwa dirinya mampu untuk melaksanakan pekerjaannya, yaitu menjual produk asuransi dan bukan memfokuskan pada pencapaian target.