

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Hasil Penelitian

Dari penelitian mengenai pengaruh Biaya Pemasaran (X1), Pendapatan Premi (X2), dan Investasi (X3) terhadap Laba Perusahaan (Y) ini dapat ditarik beberapa kesimpulan berikut:

1. Biaya Pemasaran (X1) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Laba Perusahaan (Y) sebesar -0,292. Hal ini diperoleh dari hasil pengolahan data biaya pemasaran yang terdapat dalam laporan keuangan tahunan PT Prudential Life Assurance tahun 2005 sampai dengan 2012 dengan membandingkan t tabel 0,711.
2. Pendapatan Premi (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Laba Perusahaan (Y) sebesar 0,741. Hal ini diperoleh dari hasil pengolahan data pendapatan premi yang terdapat dalam laporan keuangan tahunan PT Prudential Life Assurance tahun 2005 sampai dengan 2012 dengan membandingkan t tabel 0,711.
3. Investasi (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap positif signifikan terhadap Laba Perusahaan (Y) sebesar 1,944. Hal ini diperoleh dari hasil pengolahan data investasi yang terdapat dalam laporan keuangan tahunan PT Prudential Life Assurance tahun 2005 sampai dengan 2012 dengan membandingkan t tabel 0,711.
4. Biaya Pemasaran (X1), Pendapatan Premi (X2), dan Investasi (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Laba Perusahaan (Y), yaitu sebesar

0,971. Adapun sebesar 0,029 sisanya disebabkan oleh variabel-variabel lain di luar ketiga variabel tersebut yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, terlihat bahwa variabel Biaya Pemasaran, Pendapatan Premi, dan Investasi memiliki pengaruh positif terhadap Laba Perusahaan. Berikut ini saran yang dapat penulis usulkan:

1. Perusahaan harus meningkatkan efisiensi dalam melakukan pemasaran, agar tidak mengeluarkan sejumlah dana untuk biaya pemasaran yang tidak memberikan kontribusi terhadap penjualan produk asuransi.
2. Kemampuan agen asuransi dalam menjaring nasabah sangat mempengaruhi pendapatan premi, oleh karena itu perusahaan harus meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) dalam perusahaan dengan cara sertifikasi hingga tingkat agen. Dengan meningkatnya pemahaman dan penjualan yang sesuai, hal tersebut akan mendorong penjualan produk asuransi PT Prudential Life Assurance.
3. Agar dapat mendapatkan hasil investasi yang optimal, maka perusahaan harus menempatkan dana investasi pada instrumen-instrumen investasi yang memberikan hasil terbaik, dengan tetap memperhatikan tingkat risiko pada setiap instrumen investasi yang dipilih.
4. Karena keterbatasan data, maka untuk penelitian selanjutnya perlu diperinci besarnya beban-beban yang termasuk dalam biaya pemasaran, agar dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai keefisienan biaya

BAB V Kesimpulan dan Saran

pemasaran. Selain itu sebaiknya ditambahkan variabel lain di luar variabel yang telah diteliti, seperti beban klaim dan beban operasional.