

BAB 5

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan dari program MATLAB KNN menunjukkan bahwa prediksi terhadap produk asuransi yang akan dipromosikan terhadap pelanggan dapat dilakukan dengan menggunakan algoritma KNN dan perhitungan jarak Manhattan Distance terhadap data pelanggan yang sudah ada sebelumnya. Penentuan produk yang akan dipromosikan dapat diklasifikasikan berdasarkan label-label yang telah ditentukan seperti yang sudah dibahas dalam bab 4.
2. Hasil akurasi dari program MATLAB KNN yaitu 54% menunjukkan bahwa hasil prediksi minat konsumen terhadap produk asuransi teruji. Seperti halnya yang dijelaskan dalam bab 4 bahwa hasil prediksi yang tidak cocok bukanlah sebuah hasil yang salah melainkan seorang konsumen dapat memiliki berbagai potensi dalam mengambil keputusan untuk membeli produk asuransi.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan kepada pihak BPJS Kota Semarang Cabang II adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan BPJS untuk selalu melakukan analisa terhadap minat konsumen terhadap produk asuransi. Karena minat konsumen dapat berubah ubah, seperti yang dijelaskan dalam bab 4 bahwa konsumen dapat merubah pilihan mereka terhadap produk asuransi disaat muncul produk asuransi dari perusahaan. Mereka akan mempertimbangkan untuk membeli produk tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka.

2. BPJS perlu melakukan inovasi baru guna untuk meningkatkan penjualan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk asuransi. Karena dengan adanya produk asuransi baru kemungkinan konsumen untuk membeli produk asuransi juga meningkat. Promosi penawaran produk yang tidak tepat terhadap pelanggan dapat menyebabkan pelanggan yang akan melakukan pembelian produk kemudian membatalkannya. Sehingga perusahaan perlu melakukan penawaran produk terhadap pelanggan dengan sangat hati hati.