

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai hasil penelitian yang dirangkum secara menyeluruh dan juga pemberian saran kepada produsen pasta gigi Pepsodent maupun kepada peneliti yang akan datang.

A. Simpulan

Bab ini merupakan jawaban dari permasalahan penelitian yang didasarkan pada analisis dan pembahasan serta merupakan bagian akhir dari penelitian ini, dimana tersusun simpulan dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan serta saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, total rata-rata skor pervariabel untuk variabel Nilai Pelanggan (X1), daya tarik iklan (X2), kompetensi tenaga penjual (X3) dan loyalitas pemegang polis (Y) semuanya rata-rata berada pada posisi setuju. Dimana pada setiap variabel berisi pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa asuransi Prudential cukup diminati masyarakat khususnya di kota Palembang.
2. Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa hipotesis pertama, kedua dan ketiga diterima karena ketiga hipotesis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.
3. Hipotesis pertama dan ketiga diterima karena ada pengaruh positif yang signifikan dari nilai pelanggan dan kompetensi tenaga penjual terhadap

loyalitas pemegang polis. Semakin baik nilai pelanggan maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen. Hal ini membuktikan bahwa nilai pelanggan dan kompetensi tenaga penjual mampu meningkatkan loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian (Nanda Putri Prameswari & Sri Rahayu Tri Astuti, 2011) dan (Kamal Dimara, Earl) dimana hasil dari keduanya menunjukkan bahwa variabel nilai pelanggan dan kompetensi tenaga penjual berpengaruh positif terhadap loyalitas pemegang polis asuransi Prudential.

4. Hipotesis kedua diterima karena adanya pengaruh yang positif yang signifikan dari daya tarik iklan terhadap loyalitas pemegang polis. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik iklan mampu meningkatkan loyalitas pemegang polis. Hasil penelitian ini konsisten dengan (Nanda Putri Prameswari & Sri Rahayu Tri Astuti, 2011) namun tidak dengan (Kamal Dimara, Earl) yang dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa daya tarik iklan memperoleh nilai terkecil dibandingkan dua variabel lainnya, sehingga menurutnya daya tarik iklan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pemegang polis asuransi Prudential.

B. Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka disadari masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya yaitu masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen diluar dari faktor-faktor yang peneliti lakukan yaitu sebesar 52,1%, serta ruang lingkup penelitian hanya terbatas di wilayah kota

Palembang. Berdasarkan keterbatasan di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran yang diharapkan dapat membantu penelitian lain dikemudian hari, diantaranya adalah :

1. Menambah variabel penelitian yang lain agar penelitian semakin baik.
2. Ruang lingkup penelitian diperluas, tidak hanya terbatas nasabah Prudential di kota Palembang.