

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel-variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT Asuransi Multi Artha Guna, Tbk. Berdasarkan hasil Uji Regresi <sup>100</sup> Linear Berganda, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan atas dimensi *tangibility*, kepuasan atas dimensi *reliability*, kepuasan atas dimensi *responsiveness*, kepuasan atas dimensi *assurance*, dan kepuasan atas dimensi *empathy* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT Asuransi Multi Artha Guna, Tbk Cabang Yogyakarta. Sementara kepuasan atas dimensi *tangibility* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah, kepuasan atas dimensi *reliability* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah, kepuasan atas dimensi *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah, kepuasan atas dimensi *assurance* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah, akan tetapi kepuasan atas dimensi *empathy* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah.

#### 6.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dalam pelaksanaannya, sehingga berpengaruh terhadap hasil penelitian yang diperoleh secara keseluruhan. Adapun keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

- 6.2.1. Terbatasnya referensi pada bidang asuransi kerugian menyebabkan data yang diperoleh tidak maksimal, terlebih pada teori dan dasar-dasar asuransi kerugian menurut penelitian terdahulu.
- 6.2.2. Tidak maksimalnya responden dalam mengisi kuisioner karena objek yang diteliti merupakan perusahaan merger yang masih baru, sehingga responden dimungkinkan tidak dapat menguasai setiap item pertanyaan pada kuisioner.

### **6.3 Saran**

Saran yang dapat diberikan kepada peneliti lain yang akan melakukan penelitian serupa dibagi menjadi 2 yaitu:

#### **6.3.1. Saran untuk Perusahaan**

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat diajukan saran bagi perusahaan agar meningkatkan pelayanan atas dimensi *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan mempertahankan dimensi *empathy* agar loyalitas nasabah dapat tercapai dengan baik.

#### **6.3.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya**

Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih detail terhadap aspek yang diteliti serta implementasi dan dampaknya.

Dikarenakan setiap objek pasti memiliki hasil yang berbeda atas hipotesisnya, maka analisis terhadap materi penelitian harus lebih komprehensif dan teliti. Serta diharapkan dapat memilih objek penelitian yang lebih kreatif dan inovatif dalam subjek penelitian, penyebaran data yang lebih luas agar data yang diperoleh lebih akurat.