

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi retensi nasabah asuransi Prudential. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 258 responden, pengambilan sampel melalui e-mail dan penyebaran kuesioner kepada nasabah yang disebar kepada 1000 nasabah, namun nasabah yang mengisi dan membalas email dari peneliti hanya berjumlah 170, sehingga karena keterbatasan waktu, peneliti menyebarkan kuisisioner kepada nasabah secara langsung dan terkumpul data berjumlah 88. Metode analisis untuk pengolahan data penelitian menggunakan SPSS untuk *exploratory factor analysis* dan AMOS untuk *confirmatory factor analysis*. Setelah menganalisis data primer mengenai pengaruh premi dan kepercayaan terhadap nilai yang mempengaruhi loyalitas nasabah dan dampaknya terhadap retensi nasabah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel premi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai nasabah. Hal ini dibuktikan dengan C.R (*Critical Ratio*) bernilai  $-1,639 < 2,00$ . Sedangkan tidak signifikan dikarenakan memiliki nilai P sebesar  $0,101 > 0,05$ .
2. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai nasabah. Hal ini dibuktikan dengan C.R (*Critical Ratio*) bernilai  $4,532 >$

- 2,00. Sedangkan signifikan dikarenakan memiliki nilai P sebesar \*\*\* (kurang dari 0,001) < 0,05.
3. Variabel nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan C.R (*Critical Ratio*) bernilai 8,917 > 2,00. Sedangkan signifikan dikarenakan memiliki nilai P sebesar \*\*\* (kurang dari 0,001) < 0,05.
4. Variabel loyalitas nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan C.R (*Critical Ratio*) bernilai 8,750 > 2,00. Sedangkan signifikan dikarenakan memiliki nilai P sebesar \*\*\* (kurang dari 0,001) < 0,05.

## **B. Implikasi**

Hasil analisis menyatakan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai nasabah, nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dan loyalitas nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi. Oleh karena itu untuk meningkatkan retensi nasabah, Prudential harus mampu meningkatkan respon positif pada kepercayaan ( $X_{1b}$ ), nilai ( $X_2$ ), loyalitas nasabah ( $X_3$ ) dan beberapa aspek yang perlu ditingkatkan adalah sebagai berikut :

- 1. Kepercayaan menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai.**

Dengan perkembangan jumlah perusahaan asuransi khususnya asuransi Jiwa di Indonesia dan juga semakin maraknya kasus penyelewengan uang nasabah oleh beberapa perusahaan pengelola

keuangan khususnya asuransi, nasabah percaya kepada Prudential sebagai penyedia jasa keuangan khususnya asuransi yang jujur dan memenuhi harapan nasabah. Meskipun demikian, Prudential tetap harus mengevaluasi dan merencanakan kembali strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya.

Untuk meningkatkan kepercayaan pada nasabah, ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh Prudential, yaitu meningkatkan kualitas *customer service* agar nasabah merasa nyaman dengan Prudential, menyediakan pelatihan kepada para tenaga pemasar agar kemampuan dalam pelayanannya kepada nasabah meningkat, mengetatkan proses perekrutan agen seperti misalnya mengadakan *fit and proper test* agar tersaring tenaga pemasar yang terbaik dan jujur, dan juga meningkatkan kerjasama dengan pihak yang berwenang seperti kepolisian untuk melakukan *background check* terhadap calon tenaga pemasar.

## **2. Nilai menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.**

Semakin banyaknya jumlah asuransi jiwa di Indonesia, menjadikan perang harga dan manfaat dari masing-masing perusahaan di Indonesia. Hal ini menjadi ancaman bagi Prudential sebagai salah satu asuransi jiwa yang berdomisili di Indonesia. Namun demikian, Prudential dipandang memiliki mutu yang baik oleh nasabahnya, sehingga menjadikan nasabah loyal pada perusahaan.

Namun, Prudential tetap harus mengevaluasi dan merencanakan kembali strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas melalui nilai yang diberikannya kepada nasabah.

Untuk meningkatkan nilai pada nasabah, Prudential dapat melakukan berbagai cara seperti meningkatkan manfaat yang diberikan kepada nasabah dan juga selalu meng*update* produk agar relevan dengan perkembangan dunia kesehatan terbaru.

Dengan meningkatnya nilai, maka ini merupakan peluang bagi Prudential untuk menciptakan loyalitas pada nasabah terhadap perusahaan.

### **3. Loyalitas nasabah menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap retensi nasabah.**

Responden yang merupakan nasabah Prudential tetap setia kepada Prudential, meskipun harganya meningkat sedikit. Hal ini juga terbukti dengan hipotesis pertama yang ditolak yang menyatakan bahwa nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa nasabah akan beralih ke asuransi lain jika mengalami masalah dengan layanan Prudential. Oleh karena itu, Prudential harus tetap mengevaluasi dan merencanakan kembali strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan retensi nasabah dengan menjaga loyalitas nasabahnya.

Untuk meningkatkan loyalitas nasabah, ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh Prudential, yaitu seperti mengadakan evaluasi terhadap pelayanan dan kinerja Prudential melalui tenaga pemasar; para tenaga pemasar dituntut untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah; mengetatkan kode etik yang harus dipenuhi oleh tenaga pemasar dalam

berhubungan dengan nasabah; mempermudah proses transaksi seperti bekerja sama dengan bank, kantor pos dan *hypermarket*; serta mempermudah proses pelayanan klaim.

Dengan meningkatnya loyalitas nasabah, maka ini merupakan peluang bagi Prudential untuk mendapatkan nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang sudah ada, sehingga dapat tetap mengungguli kompetitor lain.

### C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka dapat diberikan beberapa saran, yaitu sebagai berikut :

#### 1. Saran untuk Direksi, Manajer dan Tenaga Pemasar Prudential

- a. Meningkatkan kualitas *customer service* agar nasabah merasa nyaman dengan Prudential.
- b. Prudential harus menyediakan pelatihan kepada para tenaga pemasar agar kemampuan dalam pelayanannya kepada nasabah meningkat.
- c. Mengetatkan proses perekrutan agen seperti misalnya mengadakan *fit and proper test* agar tersaring tenaga pemasar yang terbaik dan jujur.
- d. Meningkatkan kerjasama dengan pihak yang berwenang seperti kepolisian untuk melakukan *background check* terhadap calon tenaga pemasar.
- e. Meningkatkan manfaat yang diberikan kepada nasabah.
- f. Selalu mengupdate produk agar relevan dengan perkembangan dunia kesehatan terbaru.

- g. Prudential mengadakan evaluasi terhadap kinerja Prudential melalui tenaga pemasar.
- h. Para tenaga pemasar dituntut untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah.
- i. Mengetatkan kode etik yang harus dipenuhi oleh tenaga pemasar dalam berhubungan dengan nasabah.
- j. Prudential mempermudah proses transaksi seperti bekerja sama dengan bank, kantor pos dan *hypermarket*.
- k. Prudential mempermudah proses pelayanan klaim.

## **2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

- a. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda namun variabel yang sama yakni variabel premi/harga, kepercayaan, nilai, loyalitas nasabah dan retensi nasabah.
- b. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya agar lebih banyak lagi mengambil responden untuk diteliti.
- c. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan variabel lain yang lebih menarik untuk diteliti variabel *behavioral intentions*, *customer satisfaction*, *service quality*, *commitment*, *switching cost* sebagai acuan dalam pengujian kembali apakah variabel-variabel tersebut dapat mempengaruhi retensi nasabah juga untuk memperkaya variasi dalam penelitian.

- d. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperlihatkan atau membandingkan Prudential dengan kompetitor seperti AXA, Allianz, Manulife dan lainnya.