

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dilihat dari hasil pembahasan, bisa ditarik kesimpulan antara lain:

- a. Hipotesis 1 dalam penelitian ini yaitu: *service quality* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction* pada Allianz Life Insurance di Surabaya. Sehingga bisa disimpulkan bahwa hipotesis 1, diterima.
- b. Hipotesis 2 dalam penelitian ini yaitu: *customer trust* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction* pada Allianz Life Insurance di Surabaya. Sehingga bisa disimpulkan bahwa hipotesis 2, diterima.
- c. Hipotesis 3 dalam penelitian ini yaitu: *customer satisfaction* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *customer loyalty* pada Allianz Life Insurance di Surabaya. Sehingga bisa disimpulkan bahwa hipotesis 3, diterima.
- d. Hipotesis 4 dalam penelitian ini yaitu: *service quality* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *customer loyalty* pada Allianz Life Insurance di Surabaya. Sehingga bisa disimpulkan bahwa hipotesis 4, diterima.
- e. Hipotesis 5 dalam penelitian ini yaitu: *customer trust* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *customer loyalty* pada Allianz Life Insurance di Surabaya. Sehingga bisa disimpulkan bahwa hipotesis 5, diterima.

5.2 Keterbatasan

Keterbatasan yang ada pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- i. Penelitian ini hanya berfokus kepada nasabah pengguna Allianz Life Insurance di Surabaya pada beberapa cabang atau *agency* saja salah

satunya Vision, sehingga tidak menjangkau seluruh cabang responden pengguna Allianz Life Insurance di Surabaya.

5.3 Saran

Dilihat dari penelitian yang sudah dilakukan maka saran yang dapat diberikan peneliti yaitu:

1. Saran Praktis

a. Saran Pengolaan *service quality*

Peningkatan *service quality* pada Allianz Life Insurance dapat dilakukan dengan meningkatkan layanan dan kecepatan dalam menangani kebutuhan nasabah. Selain itu perlunya peningkatan kepedulian terhadap nasabah melalui acara-acara sosialisasi.

b. Saran Pengolaan *customer trust*

Peningkatan *customer trust* pada Allianz Life Insurance dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang terdapat di khausal polis. Selain itu juga dapat mempertahankan keamanan data pribadi nasabah sehingga menciptakan kepercayaan terhadap perusahaan.

c. Saran Pengolaan *customer satisfaction*

Peningkatan *customer satisfaction* pada Allianz Life Insurance dapat dilakukan dengan meningkatkan pengalaman nasabah pengguna Allianz Life Insurance, dan juga dengan meningkatkan layanan sehingga nasabah merasa puas ketika membeli dan menggunakan Allianz Life Insurance

d. Saran Pengolaan *customer loyalty*

Peningkatan *customer Loyalty* pada Allianz Life Insurance di Surabaya bisa dilakukan dengan memberi yang terbaik yang bisa diberikan bagi pelanggan dari segala aspek sehingga dapat menciptakan rasa puas dalam diri pelanggan. Kepuasan adalah suatu faktor penting dalam membentuk loyalitas. Oleh sebab itu, dengan menjaga kepuasan, pelanggan dapat terus loyal pada

Allianz Life Insurance. Ketika pelanggan setia, pelanggan tidak akan ragu untuk merekomendasikan pada orang lain, bahkan terus melakukan transaksi atau upgrade manfaat.

ii. Saran Akademik

Saran bagi peneliti pada masa yang akan datang yang akan meneliti variabel variabel *service quality*, *customer trust*, *customer satisfaction*, *customer loyalty*. Diharapkan peneliti di masa yang akan datang dapat menjangkau responden lebih luas yaitu tidak hanya Allianz Life Insurance tetapi juga Allianz General Insurance.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar,H.S. (2014). Analysis of Factors Affecting Brand Loyalty of Product among Consumers in Nigeria. *Developing Country Studies, International Bussiness and Management*, 4(6),50-54.
- Agustianti, I. (2018). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Asuransi Kesehatan di Jakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis*. The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. 6(1). 72–81.
- Aini, Z., Studi, P., Perkantoran, A., & Kutaraja, P. (2018). Pengaruh Service Quality Dan Customer Trust Terhadap Customer Satisfaction Serta Dampaknya Pada Customer Loyalty Perbankan Syariah. *International Journal Management*, 7(4). 149–159.
- Alaan, Y. (2016). Responsiveness dan Assurance terhadap Customer Statisfaction: Penelitian pada Hotel Selera Bandung. *Jurnal Manajemen*,. Vol.15, No.2. Hal255–270.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(1), 100-108
- Bitner, Mary Jo dan A.R. Hubber (1994). *Encounter Satisfaction Versus Overall Satisfaction Versus Quality: The customer's Voice In Service Quality, New Direction In Theory and Practice*, Sage Publication.
- Bloemer, J.M.M. and Kasper, J.D.P. (1995), “The complex relationship between consumer satisfaction and brand loyalty”, *Journal of Economic Psychology*, Vol. 16, pp. 311-29
- Brand Finance. (2017). Insurance 100. The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*.
- Bruhn, P. M. (2012). Conceptualizing and Measuring Brand Relationship Quality : Results of a cross-industry study in the German Consumer Market. *Journal of Marketing*, Vol.57,No.1.Hal: 62-68.
- Chu, P. Y., Lee, G. Y., & Chao, Y. (2012). Service quality, customer satisfaction, customer trust, and loyalty in an e-banking context. *Social Behavior and Personality, Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.1,No2. Hal: 1271–1284.

- Cravens, D. W., and Piercy, N. F., (2013), *Strategic Marketing*, 10th Edition, McGraw-Hill.
- Dan, H., Image, B., Di, S., & Original, T. (2013). Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(7).Hal: 1–5.
- Dharmayanti, Diah. 2006. “Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1 No. 1.Hal 40-44
- Durianto,D.,Sugiarto.,dan Sitinjak, T.(2001). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PTGramedia Pustaka Utama
- Fardila, D. (2014). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Service AC Pada PT . Cahaya Gentalla Mandiri. *International Journal Management*, Vol.2, No1, Hal. 77-80
- Foedjiawati. (2005). “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek (Studi Kasus Restoran The Prime Steak & Ribs Surabaya)” *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 7 tahun 2003. Surabaya: UKP Surabaya.
- Foedjiwati, Hatane Samuel, 2005, “Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Kesetiaan Merek (Studi Kasus Restoran The Prime Steak & Ribs Surabaya)”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.7, No.1, Hal. 74 – 82.
- Fournier, S. & Yao, (1997). J.L.Reviving brand loyalty: a conceptualization within the framework of consumerbrand relationships, *Journal of Research in Marketing* 14(5).
- Heryanto. 2015. “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Kepada Kepuasan Pelanggan”. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80-101.
- Idris,M.(2019). *Kebangkrutan Asuransi Jiwasraya*. Didapat dari www.money.kompas.com/read/2019/12/19/172300726/mengenal-js-saving-plan-produk-jiwasraya-yang-tawarkan-return-dua-kali?page=all. 20 Februari 2020, pukul 11.00 WIB.
- Juari, R. (2010). Pengaruh Kepercayaan Merek Pada Pembentukan Loyalitas Merek APPLE Di YOGYAKARTA. *Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, Vol.7,No.2.Hal: 63–89.
- Julander,C.R., & Soderlund,M., (2003). *Effects of Switching Barriers on Satisfaction Repurchase Intention and Attitudinal Loyalty* (Working Paper), Stockholm School of Economics

- Kurniawan, I., & Ismaya, S. B. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Hewan Pet Smile. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, Vol.5,No3.Hal: 186–191.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane, (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Diterjemahkan oleh: Benyamin Molan. Jakarta: Indeks
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga. Kotler, P., & Kevin, L. k. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga
- Kotler, P.& Gary, Armstrong. (2005) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Diterjemahkan oleh : Alexander Sindoro, Jilid 1. Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. & Swee, H.A., Siwe, M.L., and Cvhin, T.T. (2001). *Marketing manajemen: Analysis, Planning; Implementation, and Control, 9 th ed.* Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall International, Inc.
- Lau, G. T. dan Lee, S. H. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market-Focused Management*. 4. 341-370.
- Leninkumar, V. (2017). The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol.10,No.4.Hal: 50-57
- Lewis, R.C. & Booms, B.H. (1983), "The marketing aspects of service quality" in Berry, L., Shostack, G. and Upah, G. (eds.), *Emerging perspectives on services marketing*, American Marketing Association Chicago, pp. 99-104.
- Lupiyoadi , Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manimaran, S. (2010). Linkage Between Service Quality and Customers Loyalty in Commercial Banks. *Journal of Marketing & Communication*, 6(1), 26-34
- Melinda. (2017). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. Agora, The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol.7, No.4. Hal: 1–6.
- Minh, N. H., Thu Ha, N., Chi Anh, P., & Matsui, Y. (2015). Service quality and customer satisfaction: A case study of hotel industry in Vietnam. *Asian*

- Social Science*, 11(Leninkumar, V. (2017). The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(4). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v7-i4/2821> Dan, H., Image, B.), 73–85. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n10p73>
- Mohammad, H. I. (2015). 7Ps Marketing Mix 7and Retail Bank Customer Satisfaction in Northeast Nigeria. The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *British Journal of Marketing Studies*, Vol.3, No.3, 71–88.
- Mokhtar, S. S. M., & Maiyaki, A. A. (2011). The Relationship Between Service Quality and Satisfaction on Customer Loyalty in Malaysian Mobile Communication Industry. *School of Doctoral Studies (European Union) Journal*, 32-38.
- Nguyen, N., Leclerc, A., & LeBlanc, G. (2013). The Mediating Role of Customer Trust on Customer Loyalty. *Journal of Service Science and Management*, Vol.2, No.1, Hal: 96-109.
- Novika, S. (2020). *Skandal Jiwasraya, Asuransi Swasta Tidak Terpengaruh*. Didapat dari www.finance.detik.com/moneter/d-4877940/ada-skandal-jiwasraya-asuransi-swasta-terpengaruh. 20 Februari 2020, pukul 15.45 WIB.
- Oliver, R.L. (1997), “*Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Customer*”. The Mc Graw Hill Companies Inc. New York
- Oliver, R.L. (1999). Whence consumer loyalty?. *Journal of Marketing*, 63, Special issue, 33-44. Malang, K., & Mustikowati, R. I. (2001). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Konsekuensinya Pada Loyalitas (Studi Pada Obyek Wisata Di Kabupaten Malang). The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol.4, No.2, Hal: 93–114.
- Parasuraman, A., et al. (2005), A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Reseach. *Journal of marketing*, Col. 49 (Fall).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1998). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *J Retailing*, 64, 12–37.

- Pernand,A. (2020). *Tidak Reasuransikan Produk Investasi*. Didapat dari www.finansial.bisnis.com/read/20200210/215/1199265/dilindungi-reasuransi-kenapa-jiwasraya-bumiputera-tak-mampu-bayar-klaim.20 Februari 2020, pukul 15.50 WIB.
- Ranked The World's Most Valuable Brands*. Didapat dari www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2019/ranking/allianz/. 20 Februari 2020, pukul 15.30 WIB.
- Reynold, Kristy E and Mark J Arnold, (2000). Customer Loyalty to the Salesperson and the Store Examining Relationship Customer in an Upscale Retail Context. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, Vol. 20, no. 2, Spring, p. 89 – 98. 2000.
- Rismoyo. (2017). *Mahalnya Biaya Pengobatan Penyakit Kanker*. Didapat dari www.hot.detik.com/celeb/d-3493767/berangsur-sembuh-dari-kanker-yana-zein-telan-biaya-rp-1-miliar. 19 Februari 2020, pukul 15:00 WIB
- Sirdeshmukh, D., Singh, J., and Sabol, B. (2010). “Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges”, *The Journal of Marketing*, Vol.66, n.1, pp.15-37.
- Shukla (2019). *Top 10 Largest Insurance Companies By Total Assets*. Didapat dari www.valuwalk.com/2019/07/top-10-largest-insurance-companies-total-assets/. 20 Februari 2020, pukul 15.00 WIB.
- Subagiyo, R., & Adlan, M. A. (2017). Pengaruh Service Quality, Marketing Mix dan Kepuasan Mahasiswa terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol.13,No.1. Hal: 47-53.
- Su, J. and Chang, A.(2018). Factors affecting college students’ brand loyalty toward fast fashion: A consumer-based brand equity approach. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(1), 90- 107
- Sugiono, (2007). *Metode Penelitian Bisnis (Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Syarfina. (2019). *Bobroknya Kinerja Jiwasraya*. Didapat dari www.tirto.id/bobroknya-kinerja-jiwasraya-limbung-terbelit-rugi-rp1347-triliun-elwp. 20 Februari 2020, pukul 11.20 WIB.
- Tjiptono, F. (2005). *Total Quality Manajemen, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2005). *Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.

- Tuan, N. M. (2015). The Impact of Ethical Sales Behavior on Customer Loyalty: A Case from Vietnam. *International Journal of Business and Management*, Vol.10,No.4.Hal: 70-77.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction* (Edisi ke4). Yogyakarta: Andi.
- Upamannyu, N. K., Gulati, C., Chack, A., & Kaur, G. (2015). The effect of customer trust on customer loyalty and repurchase intention: The moderating influence of perceived CSR. *International Journal of Research in IT, Management and Engineering*, Vol 5,No.4.Hal: 1–31.
- Wahyu. (2016). *Pentingnya Asuransi Dalam Menjaga Keuangan*. Didapat dari www.celebrity.okezone.com/read/2016/12/28/33/1577892/kehabisan-biaya-berobat-2-anak-yana-zein-putus-sekolah. 19 Februari 2020, pukul 15:15 WIB
- Widodo, H. (2015). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar”, *JURNAL JPSD (Jurnal Pendidikan Sekolah Dasar)*, 2015, UAD,<http://journal.uad.ac.id/index.php/JP SD/article/download/2524/1505>
- Wijaya, T. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*, Jakarta: PT. Indeks
- Yehezkiel danantyo, & Dr. Hartono Subagio, M. M. (2016). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Pt. Citra Mitra Anugerah. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, Vol.7,No.4.Hal: 141–152.
- Yamin, S. (2014). *Rahasia olah data Lisrel*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Yamin, S dan Kurniawan, H. (2009). *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*. Jakarta: Salemba Infotek
- Zeithami, B. dan Parasuraman. (2013). *Service Marketing*. New York: The Mc. Graw-HillCompanies, Inc.
- Zeithaml, B. dan Parasuraman. (2006). *Service Marketing*. New York: The Mc. Graw-Hill Companies, Inc.
- Zeithaml, Valerie. and Bitner, (2000), *Service Marketing*, Mc Graw Hill Inc, International Edition, New York.