

## BAB V

### SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Customer relationship management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, semakin tinggi *customer relationship management* maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi.
2. *Customer relationship management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, semakin tinggi *customer relationship management* maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi.
3. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, semakin tinggi kepuasan konsumen maka loyalitas konsumen juga akan semakin tinggi.
4. Kepuasan konsumen memediasi pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas konsumen.

#### B. Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Sampel penelitian terbatas pada nasabah PT Asuransi Perudential yang ada di Kota Yogyakarta.
2. Variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen yang diteliti hanya *customer relationship management* dan kepuasan konsumen sehingga nilai koefisien determinasi yang diperoleh masih rendah.

3. Sampel yang digunakan sebatas nasabah yang sudah memakai jasa Asuransi Prudential selama 1 tahun.

### **C. Saran**

1. Manajemen PT Asuransi Prudential hendaknya memperhatikan variabel-variabel *customer relationship management* dan kepuasan konsumen, karena faktor-faktor tersebut berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.
2. Penelitian yang akan datang hendaknya memperluas sampel penelitian pada nasabah PT Asuransi Prudential di luar Kota Yogyakarta.
3. Penelitian yang akan datang perlu menambahkan variabel lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen agar diperoleh nilai koefisien determinasi yang lebih tinggi, seperti: kualitas produk dan kepercayaan.
4. Penelitian yang akan datang hendaknya menambahkan sampel dengan pertimbangan tertentu yaitu nasabah PT Prudential yang sudah menjadi nasabah lebih dari 5 tahun.