

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan uraian teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verivikatif dengan menggunakan *path analysis* antara *Switching Barrier* terhadap loyalitas nasabah (Survei pada nasabah asuransi pendidikan AJB Bumiputera cabang Kota Serang) maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Gambaran mengenai *switching barrier* asuransi pendidikan dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *organizational credibility*, *value congruency*, *lack of attractiveness of other alternatives*, *switching cost* dan *relational value* berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi menurut nasabah asuransi pendidikan AJB Bumiputera cabang Kota Serang menilai penerapan *switching barrier* telah berjalan dengan sangat baik. Dimensi *relational value* merupakan dimensi yang memiliki penilaian paling tinggi dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan, sedangkan dimensi yang memiliki penilaian paling rendah dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah *switching cost*.

2. Gambaran loyalitas nasabah pada nasabah asuransi pendidikan AJB Bumiputera cabang Kota Serang yang diukur berdasarkan *repeat purchase*, *refers to other*, *immunity*, dan *purchase across product or service lines* secara keseluruhan berada pada kategori sangat tinggi. Artinya penerapan *repeat purchase*, *refers to other*, *immunity*, dan *purchase across product or service lines* terhadap asuransi pendidikan AJB Bumiputera cabang Kota Serang telah berjalan dengan cukup baik sehingga akan membentuk loyalitas pelanggan yang semakin kuat. Dimensi *refers to other* secara keseluruhan memiliki nilai paling tinggi, sedangkan untuk dimensi yang memiliki nilai terendah adalah *immunity*.
3. *Switching Barrier* memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah asuransi pendidikan AJB Bumiputera cabang Kota Serang dengan tingkat korelasi yang kuat sebesar 70,01%, sedangkan untuk pengaruh variabel lain yang tidak diteliti adalah sebesar 29,9%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Switching barrier* asuransi pendidikan AJB Bumiputera maka akan semakin tinggi pula loyalitas nasabah asuransi pendidikan AJB Bumiputera cabang Kota Serang.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pengaruh *Switching Barrier* terhadap loyalitas nasabah asuransi pendidikan AJB Bumiputera, yaitu :

1. Pengaruh *Switching Barrier* asuransi pendidikan AJB Bumiputera cabang Kota Serang secara menyeluruh memiliki pengaruh yang signifikan dan dikategorikan sangat baik pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah, tetapi ada beberapa yang perlu dilakukan perbaikan yaitu upaya untuk meningkatkan *switching cost* terhadap *switching barrier*, terutama dalam mempersepsikan suatu biaya yang akan timbul apabila pelanggan berpindah dari satu penyedia jasa atau produk lainnya. AJB Bumiputera dapat memberikan tawaran program yang lebih bermanfaat lagi, meningkatkan kualitas dan reputasi asuransi pendidikan sehingga nasabah sulit untuk berpindah ke perusahaan asuransi lainnya. Karena nasabah akan mempersepsikan bahwa apabila nasabah berpindah, maka nasabah akan kehilangan berbagai manfaat dan tawaran yang didapatkan pada perusahaan asuransi pendidikan AJB Bumiputera. Selanjutnya *lack of attractiveness of other alternative* dirasakan nasabah kurang optimal, dikarenakan tawaran dari produk asuransi perusahaan lainnya dinilai lebih menarik dibandingkan asuransi pendidikan AJB Bumiputera, sehingga asuransi pendidikan AJB Bumiputera diharapkan dapat meningkatkan kualitas, manfaat program dan reputasi sehingga nasabah tidak pindah ke produk asuransi pendidikan pesaing.
2. Loyalitas nasabah asuransi pendidikan AJB Bumiputera cabang Kota Serang secara keseluruhan sudah cukup baik, namun hal ini harus dapat dipertahankan bahkan ditingkatkan terutama dalam tingkat kekebalan yaitu adanya penolakan

dan ketidakinginan nasabah untuk menggunakan produk asuransi pendidikan lainnya dengan memberikan berbagai tawaran yang menarik agar konsumen tetap setia terhadap asuransi pendidikan AJB Bumiputera dan tidak berpindah pada asuransi pendidikan perusahaan lain.

3. Hasil penelitian menyatakan *switching barrier* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, maka penulis merekomendasikan supaya asuransi pendidikan AJB Bumiputera dapat menciptakan dan mengkomunikasikan nilai unggulan produknya dan tetap menjaga, mempertahankan, meningkatkan kembali loyalitas nasabah melalui *switching barrier*. Salah satu kendala dalam *switching barrier* yaitu persepsi nasabah yang masih kurang bisa mempercayakan jasa asuransi pendidikan AJB Bumiputera. Perusahaan perlu mengubah persepsi nasabah melalui strategi promosi dan peningkatan pelayanan sehingga asuransi pendidikan AJB Bumiputera memiliki reputasi yang baik dalam benak nasabah yang dapat menciptakan kelangsungan hidup perusahaan dan dapat meningkatkan pangsa pasarnya.