

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V ini merupakan kesimpulan dari analisis hasil penelitian mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan E-Wom PT. Jasa Raharja. Berikut ini kesimpulannya:

1.1 Kesimpulan

1. Persepsi harga mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Jasa Raharja di Yogyakarta dengan nilai coefficient standardized regression positif sebesar 0,274 dengan C.R. sebesar 1,971 dan probabilitas sebesar 0,044. Artinya apabila persepsi harga meningkat maka kepuasan pelanggan PT. Jasa Raharja juga meningkat.
2. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Jasa Raharja di Yogyakarta dengan nilai coefficient standardized regression positif sebesar 0,737 dengan C.R. sebesar 3,560 dan probabilitas sebesar 0,000. Artinya apabila kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan PT. Jasa Raharja juga meningkat.
3. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap e-Wom PT. Jasa Raharja di Yogyakarta dengan nilai coefficient standardized regression positif sebesar 1,226 dengan C.R. sebesar 0,627 dan probabilitas sebesar 0,755.

4. Persepsi harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap e-Wom PT. Jasa Raharja di Yogyakarta dengan nilai coefficient standardized regression positif sebesar 1,585 dengan C.R. sebesar 0,513 dan probabilitas sebesar 0,795.
5. Kepuasan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap e-Wom PT. Jasa Raharja di Yogyakarta dengan nilai coefficient standardized regression positif sebesar 1,430 dengan C.R. sebesar 0,746 dan probabilitas sebesar 0,748.
6. Dengan demikian dari kesimpulan satu sampai dengan lima dapat dikemukakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan. Tetapi kualitas pelayanan, harga dan kepuasan tidak mempunyai pengaruh terhadap e-WOM. Temuan ini memberikan informasi bahwa para peserta asuransi polis PT. Jasa Raharja tidak menyebarkan atau melakukan komunikasi dan informasi kualitas pelayanan dan persepsi harga melalui e-WOM (media sosial)

1.2 Saran

Saran-saran yang dapat penulis sampaikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah mempertahankan persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap pelanggan PT. Jasa Raharja dengan cara melakukan perbaikan terus menerus hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan.

1. Manajemen PT. Jasa Raharja agar mempertimbangkan dalam menentukan harga sehingga kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa asuransi yang ditawarkan PT. Jasa Raharja lebih meningkat.

2. Manajemen PT. Jasa Raharja agar meningkatkan kualitas pelayanan dalam terhadap pelanggan yang menggunakan jasa asuransi yang ditawarkan PT. Jasa Raharja agar tingkat kepuasan pelanggan lebih meningkat.
3. Perusahaan agar dapat mengembangkan produk layanan jasa asuransi sehingga dapat menjangkau pasar internasional.

1.3 Implikasi

Implikasi hasil penelitian ini terhadap perusahaan asuransi PT. Jasa Raharja adalah sebagai berikut:

1. Perlunya menekankan kualitas pelayanan sebagai bentuk implikasi manajerial seperti waktu pelayanan, papan informasi, fasilitas ruang tunggu, dan fasilitas lainnya sehingga berdampak pada kualitas pelayanan.
2. Usaha yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya dengan cara membentuk persepsi pelanggan terhadap harga yang terjangkau dan memberikan manfaat bagi pelanggan dalam mengasuransikan kendaraannya.
3. Nasabah PT. Jasa Raharja memiliki kepuasan terhadap penggunaan layanan akan tetapi tidak berdampak pada kepedulian dalam mempromosikan usaha jasa melalui e-WOM sehingga penelitian selanjutnya agar dapat meneliti hal-hal yang dapat mempengaruhi e-Wom dengan menggunakan variabel lain selain yang digunakan peneliti seperti kepuasan, persepsi harga dan kualitas pelayanan.