

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel Sistem Informasi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Peserta Asuransi secara parsial dan simultan yang dilakukan penelitian terhadap 100 responden. Berdasarkan pada hasil penelitian, maka:

1. Berdasarkan uji parsial pada variabel Sistem Informasi Pemasaran (X1), didapat nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ( $9,443 > 1,98$ ). Maka disimpulkan bahwa Sistem Informasi Pemasaran (X1) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Peserta Asuransi (Y).
2. Berdasarkan uji parsial pada variabel Kualitas Pelayanan (X2), didapat nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ( $3,581 > 1,98$ ). Maka disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Peserta Asuransi (Y).
3. Berdasarkan uji simultan pada variabel Sistem Informasi Pemasaran (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2), didapat nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ( $86,901 > 3,09$ ). Maka disimpulkan bahwa Sistem Informasi Pemasaran (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Peserta Asuransi (Y).

## **B. Saran**

1. Penelitian mendatang disarankan untuk memperluas lokasi penelitian.
2. Penelitian mendatang disarankan untuk menambah variabel lain.
3. Untuk perusahaan, dalam keputusan nasabah lebih menitik beratkan pada kualitas pelayanan, dilihat dari kuesioner yang telah diisi oleh nasabah diperoleh data bahwa Sistem Informasi Pemasaran memiliki nilai yang berpengaruh lebih dominan pada kepuasan peserta asuransi, sehingga dengan berjalannya Kualitas Pelayanan yang baik akan lebih banyak nasabah yang mengambil keputusan berasuransi dengan begitu nasabah merasa lebih puas dengan pelayanan.