

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh pengembangan produk jasa terhadap loyalitas peserta dengan melalui penyebaran kuesioner sebanyak 51 kepada peserta/nasabah Mitra Mabru Plus maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan variabel pengembangan produk jenis jasa dengan dimensi *kesesuaian dengan spesifikasi, value(nilai), cocok untuk digunakan dan dukungan*, maka terjadi pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas peserta. Dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.989 > 1.67655$).
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seperti diketahui koefisien determinasi 58.9% artinya loyalitas peserta dapat dijelaskan oleh variabel pengembangan produk dengan dimensi *kesesuaian dengan spesifikasi, value (nilai), cocok untuk digunakan, dan dukungan*. artinya 41.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dalam cakupan penelitian ini.

Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa pengembangan produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas peserta dapat diterima.

B. Saran-saran

1. Kepada peneliti

Untuk penelitian berikutnya diharapkan menggunakan data yang lebih akurat dengan jumlah yang lebih banyak. Pengguna data yang lebih akurat kemungkinan akan menghasilkan yang lebih baik.

2. Kepada perusahaan AJB Bumiputera 1912 Syariah cabang Serang

Mengingat faktor pengembangan produk merupakan hal yang dapat mempengaruhi loyalitas peserta, maka hal ini perlu diperhatikan dengan seksama oleh pihak manajemen perusahaan sehingga dapat merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas produk jasa asuransi.