

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh *order takers*, *order getters*, dan *order creatos* terhadap kepuasan nasabah dengan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah PT. Sunlife Finance cabang medan maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *order takers* terhadap kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan nilai koefisien order takers sebesar -0,219 dan hasil perhitungan  $t_{hitung}$  pada variabel order takers sebesar -0,219 yang menunjukan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-0,219 < 0,166$ ) dan nilai signifikan (0,827) .
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *order getters* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,716 > 0,166$ ).
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *order creatos* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,537 > 0,166$ ).
4. Hasil pengujian *order takers*, *order getters*, dan *order creatos* memiliki nilai F hitung ( $32.639 > F$  tabel ( $2,32$ )) yang artinya secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut sesuai pada p – value (pada kolom sig) lebih kecil daripada level of significant yang ditentukan atau F hitung (pada kolom F) lebih besar daripada F tabel maka secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
5. Hasil pengujian menunjukkan bahwa diketahui koefisien determinasi 50% yang artinya kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel order takers, order getters dan order creatos. Dan artinya 50% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dalam cakupan penelitian ini.

Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa *order takers*, *order getters* dan *order creatos* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dapat diterima.

## B. Saran

Berdasarkan permasalahan yang diangkat oleh peneliti, maka dari itu penulis memberi saran sebagai berikut:

### 1. Untuk Perusahaan

Sebagai Evaluasi dan acuan untuk menentukan strategi yang akan diambil dalam mempertahankan atau meningkatkan kepuasan nasabah.

### 2. Untuk Pengembang Ilmu

Saya harap hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan tentang Analisis Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Kepuasan Nasabah serta sebagai masukan dan bahan perbandingan bagi para peneliti selanjutnya.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain atau mencari faktor lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Nasabah selain variabel yang ada dalam penelitian ini. Diharapkan untuk membedakan lokasi penelitian dan diharapkan untuk menambah periode penelitian serta sampel yang lebih banyak lagi, agar hasil penelitian lebih akurat dan dapat dijadikan bahan perbandingan kedepannya.