

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian hubungan *brand awareness*, *ability to pay* terhadap *willingness to pay* di Rumah Sakit Surabaya kesimpulan yang didapat ditarik oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pada hasil Bauran Pemasaran 4P (*Product*, *Price*, *Promotion* dan *Place*) termasuk kategori tinggi.
2. Pada hasil *Brand Awareness*, *Ability To Pay*, *Willingness To Pay* di Rumah Sakit Surabaya tergolong tinggi.
3. Pada hasil hubungan 4P terhadap *Brand Awareness* di Rumah Sakit Surabaya memiliki hubungan yang signifikan pada *Product* terhadap *Brand Awareness* dan *Place* terhadap *Brand Awareness* dengan nilai  $0.00 < 0.05$  artinya mempunyai hubungan diantara keduanya.
4. Pada hasil hubungan 4P terhadap *Ability To Pay* di Rumah Sakit Surabaya memiliki hubungan yang signifikan pada *Product* terhadap *Ability To Pay* dan *Place* terhadap *Ability To Pay* dengan nilai  $0.00 < 0.05$  artinya mempunyai hubungan diantara keduanya.
5. Pada hasil hubungan *Brand Awareness* terhadap *Willingness To Pay* di Rumah Sakit Surabaya memiliki hubungan yang signifikan pada *Brand Awareness* terhadap *Willingness To Pay* dengan nilai  $0.00 < 0.05$  artinya mempunyai hubungan diantara keduanya dan *Brand Awareness* terhadap *Willingness To Pay* dengan nilai  $0.017 < 0.05$  artinya mempunyai

hubungan diantara keduanya.

## **6.2 Saran**

Berikut merupakan saran yang diperoleh dari hasil evaluasi hasil penelitian dan pembahasan yaitu:

### **1. Bagi Rumah Sakit Surabaya**

Melihat kepercayaan merek yang sudah diciptakan Rumah Sakit diharapkan Rumah Sakit dapat mempertahankan serta meningkatkan lagi dengan cara menyediakan produk yang diinginkan oleh pasien sehingga pasien tidak lagi meragukan dari produk yang sudah dihasilkan oleh Rumah Sakit sehingga akan meningkatkan minat beli pasien yang tinggi.

### **2. Bagi peneliti selanjutnya**

- a. Diharapkan peneliti selanjutnya bisa meneliti dengan faktor pemasaran yang berbeda.
- b. Diharapkan peneliti selanjutnya bisa melakukan penelitian terkait price (tarif) yang lebih tepat untuk kepuasan pasien.

## **6.3 Keterbatasan Penelitian**

Dalam proses pelaksanaan penelitian, terdapat beberapa kendala atau hambatan yang dihadapi oleh peneliti yang menjadi keterbatasan penelitian diantaranya yaitu:

1. Peneliti tidak bisa mengawasi dan mendampingi pasien saat mengisi kuesioner dikarenakan waktu pengisian kuesioner menggunakan Google Form (Online).
2. Jumlah pertanyaan pada kuesioner yang masih kurang dikarenakan

keterbatasan waktu penelitian.

3. Penelitian ini mengambil sampel 42 dengan waktu hanya 3 hari pengambilan data.