

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada 86 responden di Rumah Sakit Wiyung Sejahtera maka simpulan yang didapatkan adalah :

1. Pada faktor sosial dinyatakan alasan memilih rumah sakit yaitu diri sendiri.
2. Pada faktor individu dinyatakan usia 30-39 tahun, jenis kelamin perempuan tingkat pendidikan SMA/SMK, pekerjaan pegawai swasta dan tingkat pendapatan sangat tinggi >Rp. 3.500.000/bulan.
3. Pada bauran pemasaran (*Marketing Mix*) 7P sebagian besar mempersepsikan sudah sesuai dengan harapan pasien yaitu *product, price, promotion, people, process*. Sebagian besar mempersepsikan *place* dan *phsycal evidence* cukup memenuhi harapan pasien namun dikatakan belum efektif dan optimal karena lebih dari 20% responden menyatakan tidak baik karena kedepannya dapat mengakibatkan masalah.
4. Pada keputusan pembelian responden dinyatakan baik karena memenuhi harapan pasien, dapat dikatakan efektif dan optimal.
5. Bauran *price, promotion, place, process, phsycal evidence* menunjukkan hubungan signifikan dengan keputusan pembelian. Sedangkan, bauran *product* dan *people* menunjukkan hubungan tidak signifikan dengan keputusan pembelian.

6.2 Saran

1. Pada bauran *place* sebaiknya memperhatikannya yaitu seperti menambahkan tanda petunjuk menuju ruang rawat inap yang bertujuan memberi informasi tambahan terkait menuju lokasi rawat inap agar dapat memudahkan pasien.
2. Pada bauran *phsycal evidence* rumah sakit sebaiknya juga memperhatikannya dengan meningkatkan fasilitas fisik seperti penambahan tempat duduk di ruang tunggu dan lebih meningkatkan lagi seperti kebersihan ruang rawat inap agar pasien maupun keluarga pasien merasa nyaman pada lingkungan rumah sakit.